



"DA UTENTE A CITTADINO"

AMIAT SCE - Microcosmos

CUSTOMER SATISFACTION



Aprile 2008



- 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 2008**
 - Rifiuti generici
 - Raccolta differenziata
 - Porta a Porta
 - Pulizia della città
 - Comunicazione - relazione con il cittadino
- 7 - SINTESI**

OBIETTIVI DELLA CUSTOMER SATISFACTION 2008

- ✦ QUALIFICARE LA PERCEZIONE DEL CITTADINO NEI CONFRONTI DELL'AMIAT (IN TERMINI DI FIDUCIA, CONOSCENZA, EFFICACIA, NELL'IMMEDIATO ED IN PROSPETTIVA)
- ✦ 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 E VALUTARNE LO SCOSTAMENTO NEL TEMPO

LE AREE TEMATICHE AFFRONTATE:

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

INTERVISTA TELEFONICA

IL CAMPIONE DI 1.009 CITTADINI DI TORINO
GIÀ OGGETTO DELLE RILEVAZIONI DI SETTEMBRE-OTTOBRE 2006 E
FEBBRAIO-MARZO 2007

STESSI INTERVISTATI PER IL 71,2%

Ben **718** intervistati nelle precedenti indagini hanno accordato nuovamente la loro disponibilità a rispondere al questionario, il **71,2%** dei casi.

Per le interviste residue si è attinto casualmente dalle liste anagrafiche e telefoniche di Torino fino al raggiungimento di quella rappresentatività statistica che la costruzione del campione 2006 e 2007 aveva pienamente raggiunto con grande efficacia.

Il campione finale è dunque costituito da 1.009 cittadini, come negli anni precedenti, rinnovato senza distorsioni per **291** unità. Si mantiene la rappresentatività delle variabili strutturali (età, sesso e circoscrizione) di quelle capaci di descrivere la realtà torinese (professione, territorio di origine, condizione economica e sociale, titolo di studio, frequentazione di associazioni e tempo libero, ecc.)

Le interviste sono state condotte dal 3 al 22 marzo 2008 con metodologia C.A.T.I.
(Computer Aided Telephone Interview)
direttamente dal Call Center di Microcosmos

MASCHI

Circ.	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

FEMMINE

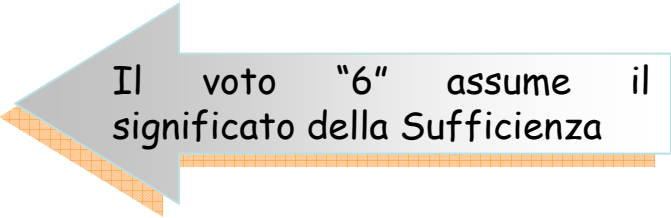
TOTALE

Circ.	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%

COMPOSIZIONE %

- Il questionario (**18 domande**) ricalca fortemente la Customer 2007, recuperando quegli assi di lavoro che si erano rilevati molto significativi all'analisi; continui i riferimenti alle evoluzioni nel tempo dei dati 2008 con quelli dell'anno precedente.
- Si è mantenuto la codifica delle opzioni di risposta espressa sia su una scala quantitativa (voto da 1 a 10) perché utile per la valutazione delle statistiche descrittive e perché riconducibile ad una scala qualitativa (Molto, Abbastanza, Poco e Per Niente) come espresso in tabella:

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

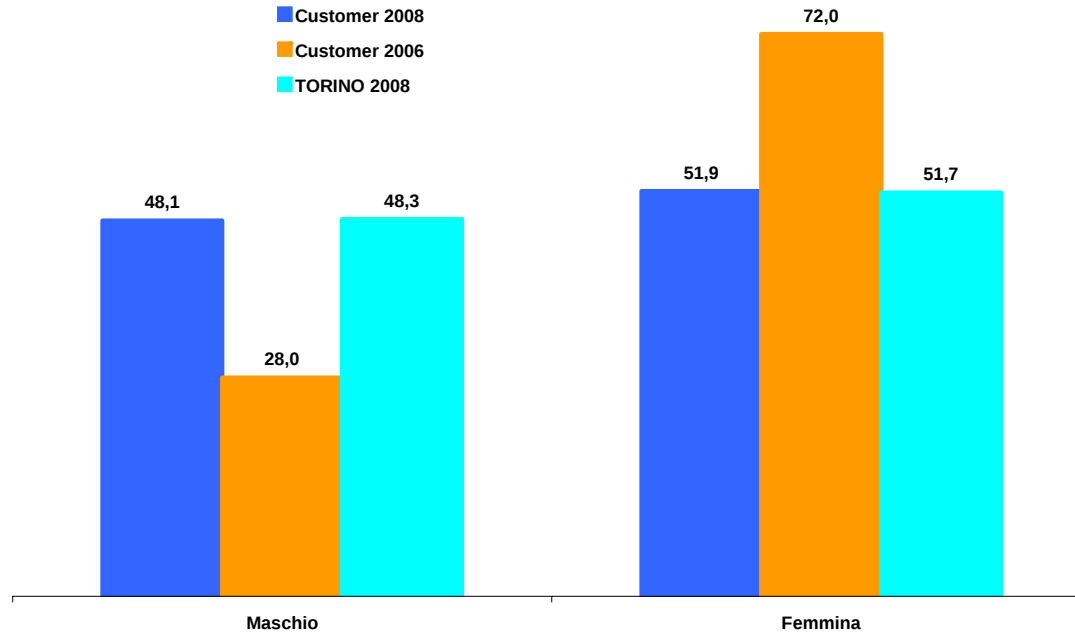


Il voto "6" assume il significato della Sufficienza

Anche in questa rilevazione, la percentuale di Missing (non rispondenti, indecisi, non conoscenti l'aspetto) non ha **mai** superato il 7% dei casi contro medie del 30% riscontrate fino al 2006

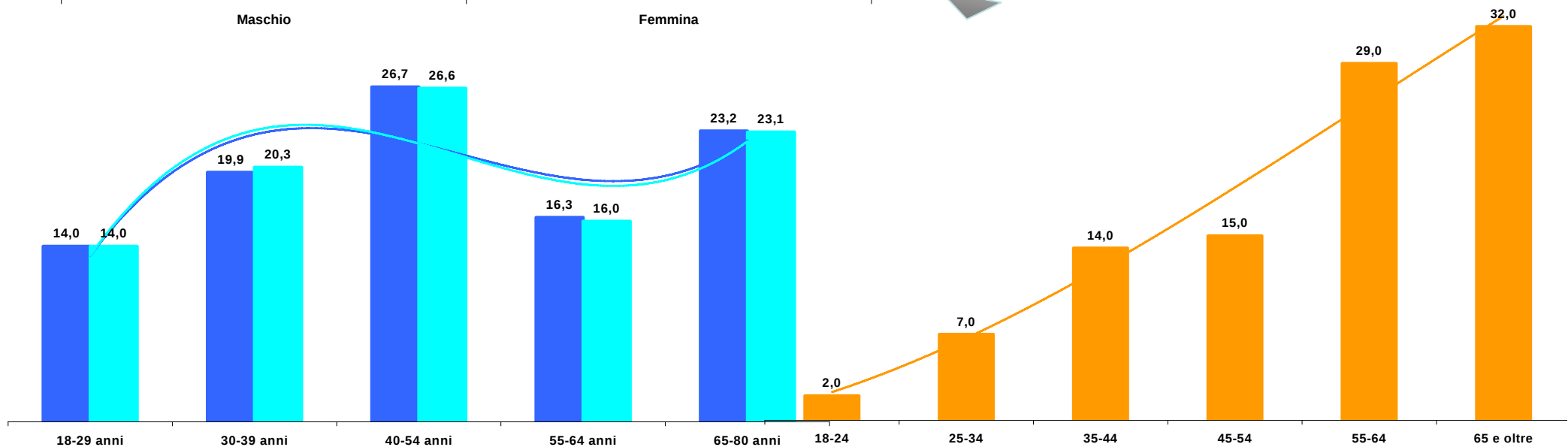
IL CAMPIONE PER SESSO ED ETÀ RISPETTO ALLE INDAGINI PRECEDENTI E ALLA REALTÀ TORINESE...

■ Customer 2008
■ Customer 2006
■ TORINO 2008

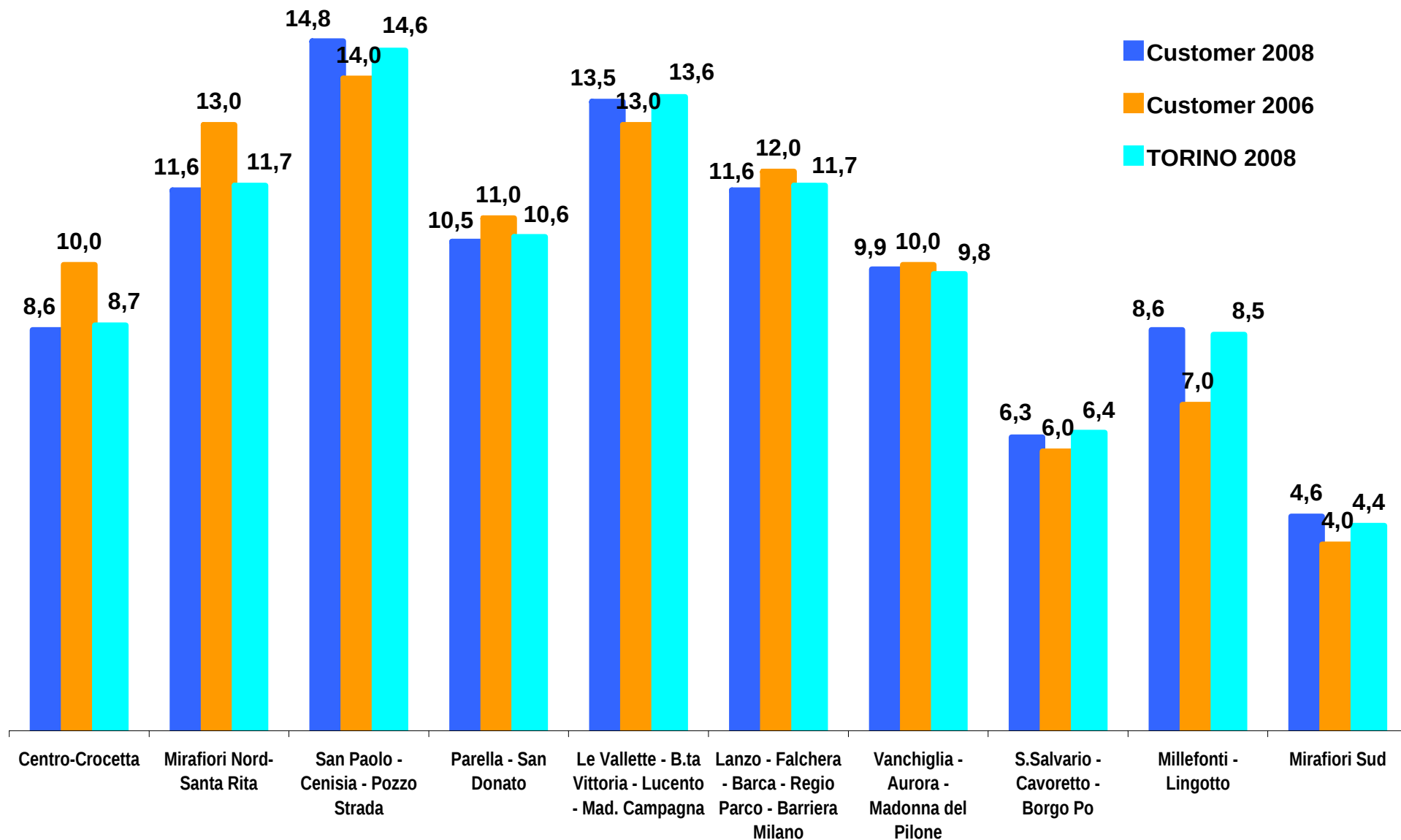


← Risalta una migliore rappresentatività della componente maschile...

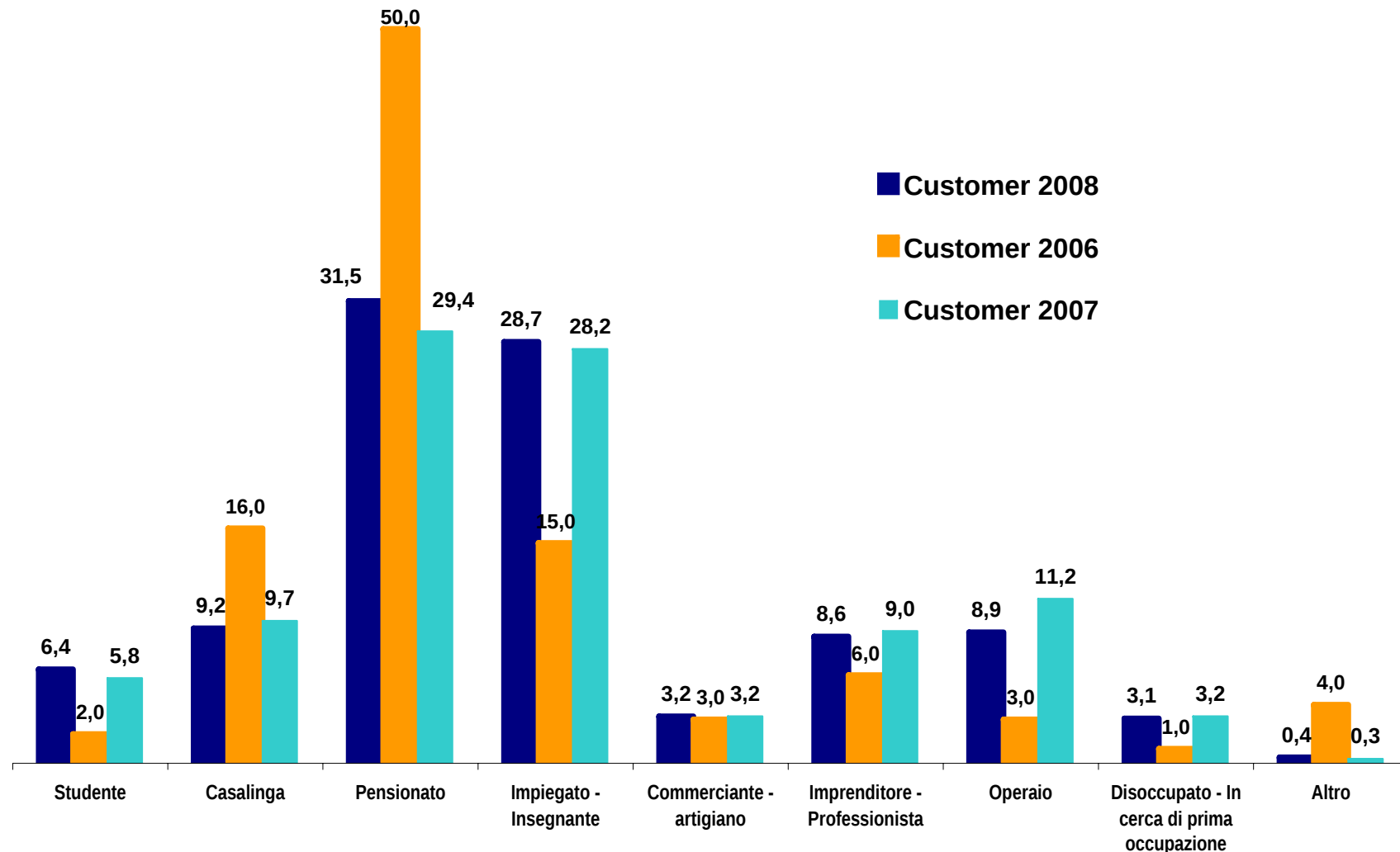
↓ e una distribuzione per età non spostata verso gli anziani...



...MINORI LE DIFFERENZE PER CIRCOSCRIZIONE...



...MA EVIDENTI LE DIFFERENZE PER PROFESSIONE



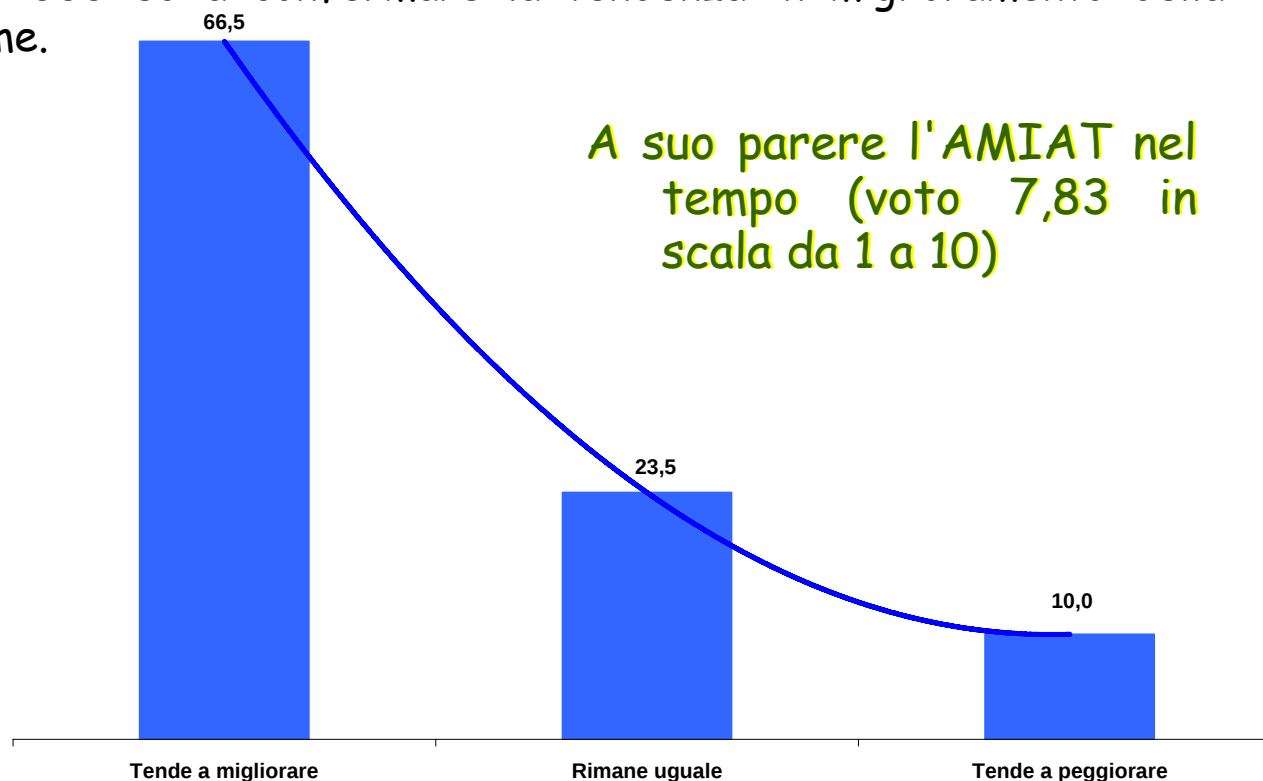
...dove casalinghe e pensionati sembrano rientrare in un peso plausibile che fa emergere le altre categorie produttive e quelle inattive provvisorie (studenti, in cerca di prima occupazione, disoccupati), con lievi scostamenti tra 2007 e 2008

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, che per il 2008 appare profondamente diversa da quella del 2007.

Il valore 2007, stimato pari a **2,76** nel range utilizzato fino alla Customer 2006 da 1 a 4 e ad un più che sufficiente **6,28** in scala da 1 a 10, raggiunge nel 2008 il valore di **2,77 (6,31)**, in ulteriore pur lieve crescita.

Il dato continua ad essere allineato a quelli registrati nel periodo pre-olimpico pur ricostruiti con la correzione dei campioni fino al 2006 ed a confermare la tendenza in miglioramento della valutazione del servizio nel suo insieme.

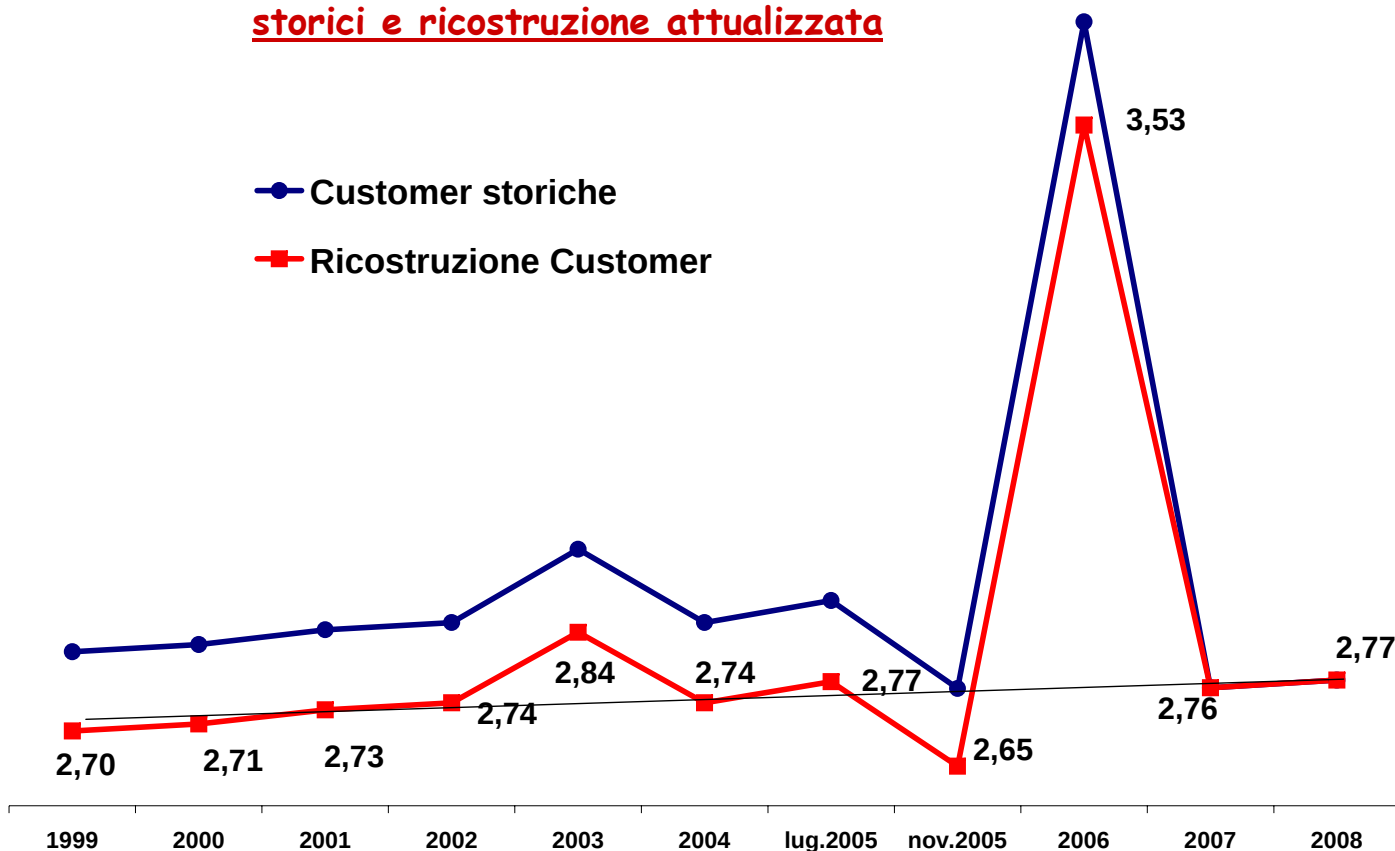
Questo aspetto appare inoltre consolidato dal fatto che per i **due terzi dei cittadini** l'AMIAT nel tempo tende a migliorare e solo per il 10% a peggiorare.



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 30% circa delle ultime due rilevazioni, 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 **"rossa"** 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 1999-2008 con campioni storici e ricostruzione attualizzata



L'indice di soddisfazione complessivo risulta pari al **71,4%** contro il **69,6%**, dello scorso anno, tale da fare emergere un fenomeno curioso: **cresce l'efficienza in termini di valutazione ma cresce in misura superiore la quota di soddisfazione tra la gente. Ritorneremo presto su questo argomento.**

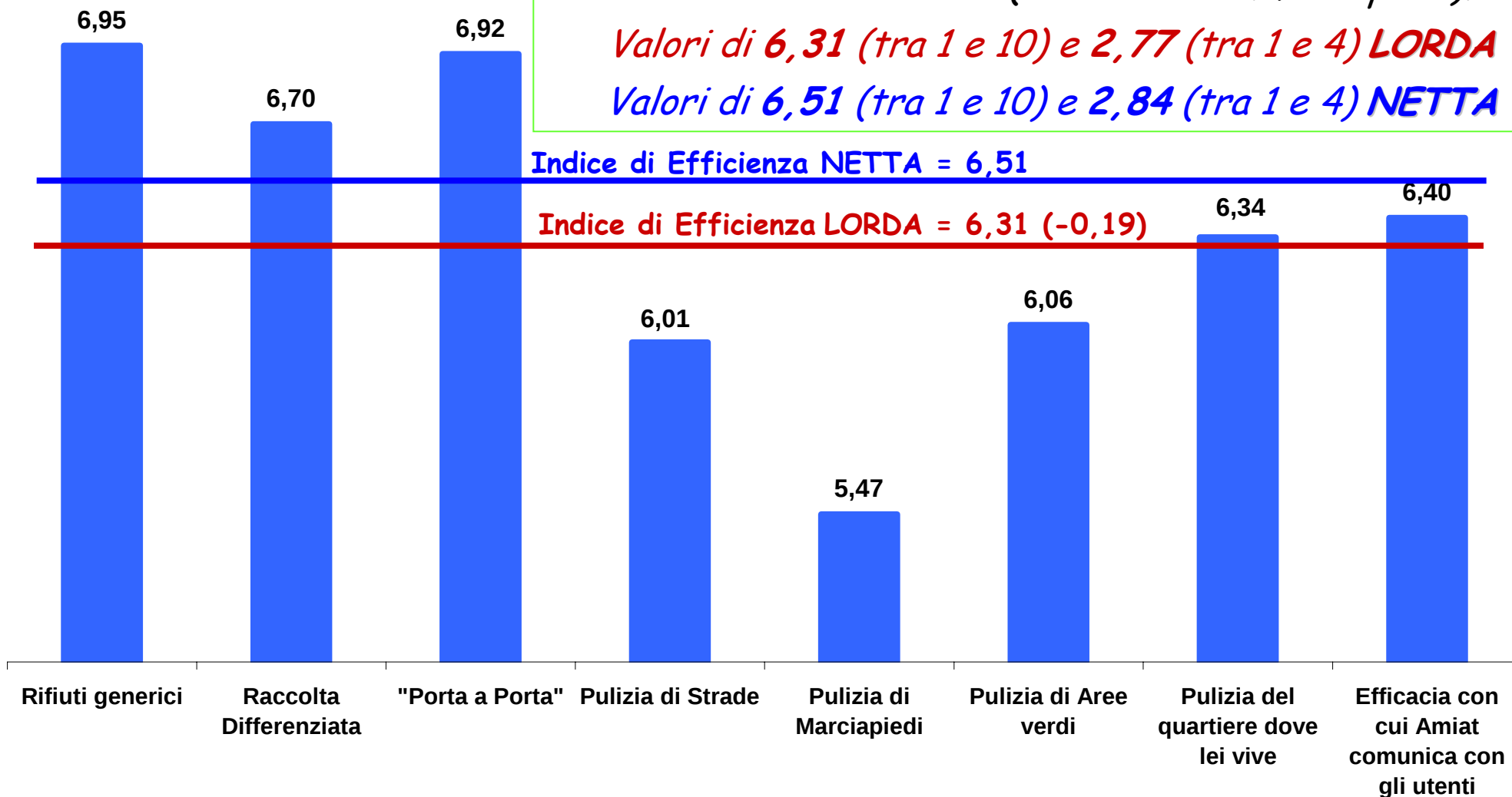
Qual è il suo giudizio su tutti gli aspetti con voto in scala da 1 a 10

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 6,31 (tra 1 e 10) e 2,77 (tra 1 e 4) **LORDA***

*Valori di 6,51 (tra 1 e 10) e 2,84 (tra 1 e 4) **NETTA***



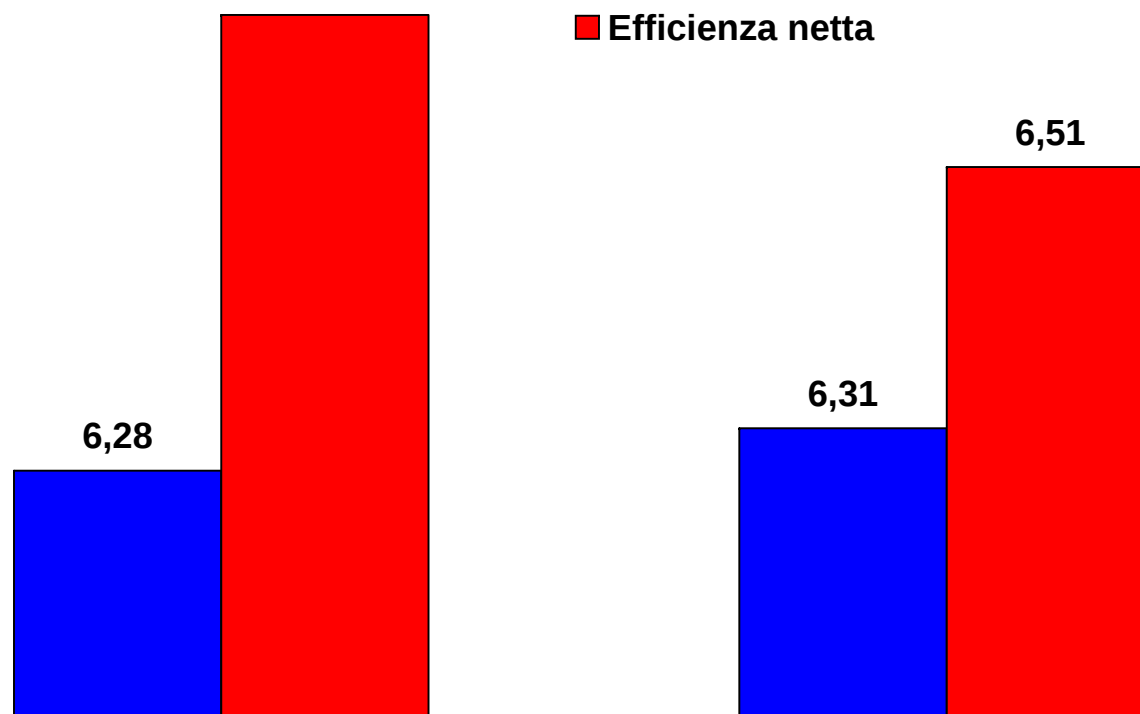
L'efficienza Amiat 2007 e 2008 a confronto

6,62

■ Efficienza (al lordo Marciapiedi)

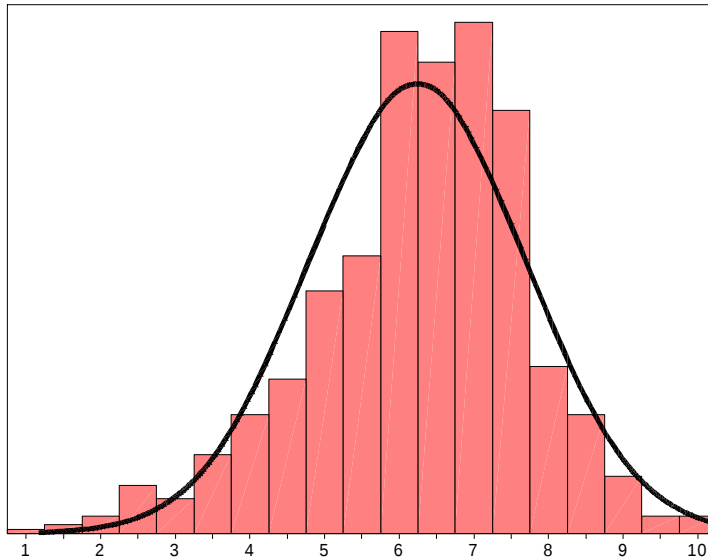
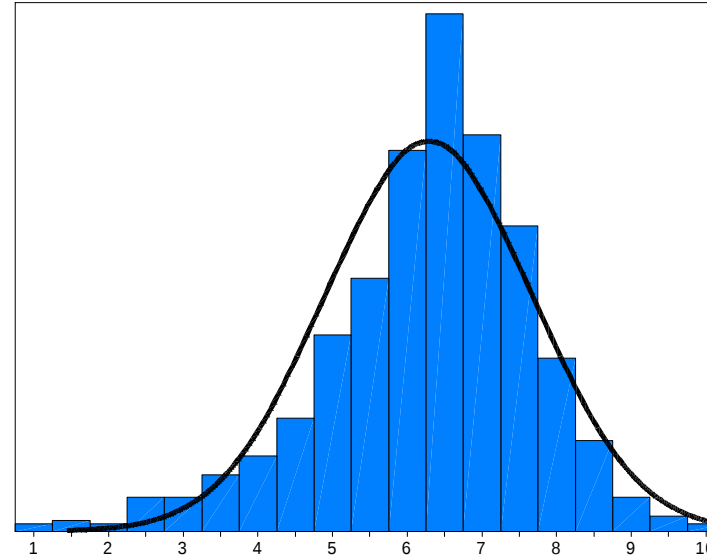
■ Efficienza netta

L'indice di efficienza Amiat è indicato nel 2008 pari a **6,31** nella scala tra 1 e 10; il valore comprende però il servizio di pulizia dei marciapiedi che non è svolto direttamente da Amiat. Se si esclude questo servizio dall'analisi ponderata, si rileva un valore di Efficienza netta pari **6,51**.



QUALCHE CONSIDERAZIONE:

- ✓ L'indice più elevato indica che il contributo del servizio di pulizia dei marciapiedi, pur in miglioramento rispetto allo scorso anno, appare negativo sull'indice lordo.
- ✓ La differenza tra netto e lordo si riduce dallo 0,37 del 2007 allo 0,19 del 2008 evidenziando sia la migliore performance del servizio marciapiedi sia, soprattutto, la consistente trasformazione delle priorità indicate dai cittadini torinesi che forniscono il sistema dei pesi attraverso i quali è generato l'indice di efficienza.
- ✓ Soprattutto, l'indice di efficienza netto 2008 appare in contrazione rispetto al valore omologo di raffronto del 2007 che si stabilizzava a quota 6,62, ovviamente è su questo aspetto che conviene curare gli approfondimenti.

Quali aspetti fondamentali nel 2008? - Le distribuzioni dell'Efficienza 2007 e 2008**2007****Media=6,28****Dev. St.=1,45****2008****Media=6,31****Dev. St.=1,28**

La distribuzione dell'efficienza 2008 stimata in ogni cittadino assume un valore medio del tutto indifferente rispetto a quello dell'anno precedente, ma una deviazione standard di gran lunga inferiore: questo elemento indica una significativa tendenza in atto alla concentrazione delle valutazioni verso valori medi (rafforzamento in area media tra 6 e 6,5) che consegna un quadro di insieme immutato ma anche MIGLIORAMENTI tra le valutazioni negative e contrarie (da voti bassissimi a quelli in area 5-5,5) e AGGIUSTAMENTI verso il basso di una buona parte delle eccellenze riscontrate nel 2007 (voti oltre 8,5); questo andamento evidenzia dei cambiamenti significativi nei giudizi ma interessante sarebbe risalire alle cause, a nostro parere connesse ad una mutata sensibilità verso i temi ambientali ed in particolare nell'ambito della raccolta e smaltimento di rifiuti. L'impressione è che ci si aspetti di più, da Amiat o dalla comunità. La differenza è che se le attese sono solo nei confronti di Amiat restano nella relazione tradizionale cliente/azienda fornitore di servizi, nel caso invece che le aspettative siano riconducibili alla comunità, cresce la consapevolezza delle proprie responsabilità e questo schiude alla possibilità di instaurare nuovi e più corretti rapporti.

La percentuale di soddisfazione

Percentuale di soddisfatti	2007	2008	Var. Ass.	Var. %
Soddisfazione (al lordo di Marciapiedi)	69,6%	71,4%	1,8%	2,6%
Soddisfazione netta	75,9%	75,1%	-0,7%	-1,0%

Giudizio

Efficienza (al lordo di Marciapiedi)	6,28	6,31	0,03	0,5%
Efficienza netta	6,62	6,51	-0,11	-1,7%

La contrazione dell'efficienza netta è quantificata in 11 centesimi di punto corrispondenti ad un calo percentuale dell'1,7%.

Questo andamento appare rispettato anche nella percentuale di coloro che si dichiarano soddisfatti del servizio Amiat, la cui quota media, ponderata anch'essa con i pesi determinati dalle priorità, cala di un punto in percentuale dal 75,9% del 2007 al 75,1% del 2008.

La variazione finale appare determinata non tanto dalla performance 2008 relativa al servizio di pulizia dei marciapiedi, quanto piuttosto dalla perdita di peso specifico (dal 29% al 17%) registrata nella scelta delle priorità dei cittadini.

Questa evoluzione comporta l'attenuazione dell'effetto prodotto sull'efficienza.

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 **raccolta differenziata**, come dimostra il *coefficiente di correlazione* dei 7 aspetti con l'indice integrato.

RACCOLTA DIFFERENZIATA	0,826
PULIZIA DELLE STRADE	0,655
PULIZIA DEI MARCIAPIEDI	0,631
PORTA A PORTA	0,600
PULIZIA DELLE AREE VERDI	0,570
RACCOLTA DI RIFIUTI GENERICI	0,463
EFFICACIA CON CUI AMIAT COMUNICA	0,437

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 **due** 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.

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

EFFICIENZA

L'efficienza percepita è condizionata per il 68,4% dal giudizio sulla raccolta differenziata, per cui si conferma che un'azione volta a sostenere la buona qualità del servizio sarebbe in grado di produrre risultati significativi. **La raccolta differenziata è inoltre anche il servizio più efficace per accrescere la sensibilità ambientale del cittadino** (vd. Report 2007).

In seconda battuta, subentra la soddisfazione riferita al livello di pulizia dei marciapiedi, fino ad una spiegazione del 93,5% della variabilità, in una sorta di **inversione** nella capacità di incidere due fattori già comunque individuati come quelli più efficaci per la gratificazione complessiva del servizio. Giova ricordare ancora che il servizio non è di responsabilità Amiat anche se così è percepito dalla maggioranza dei cittadini; 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...[\[1\]](#). La valutazione di questo aspetto non è ancora pienamente sufficiente.

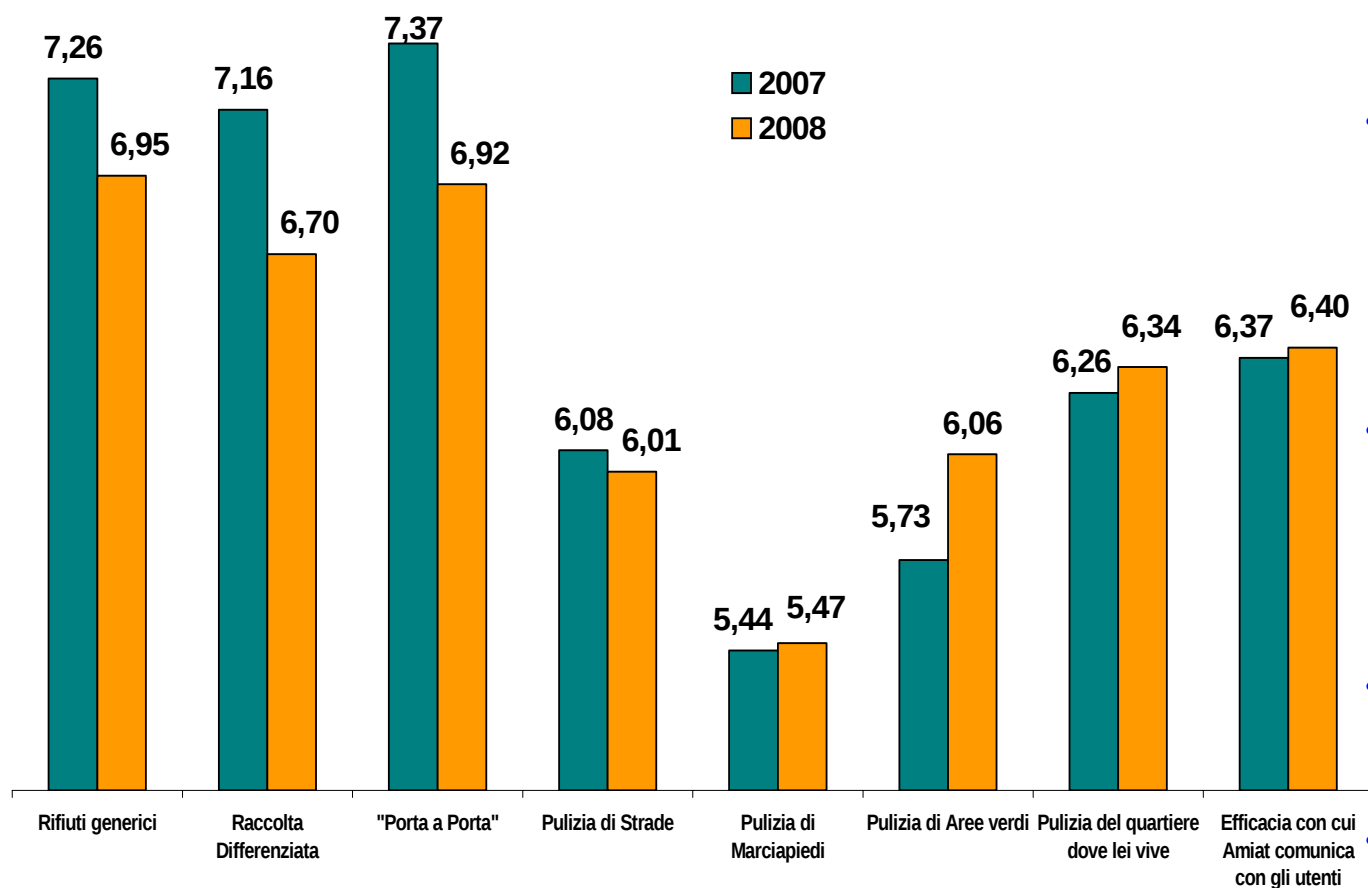
Come terzo fattore esplicativo, pur con limitata efficacia di ulteriore spiegazione (aggiunge il 4% di spiegazione) si conferma la pulizia delle strade. Ogni altro elemento che segue sostanzialmente è in grado di incidere solo in misura impercettibile.

TAB - Modello funzionale dell'Efficienza Amiat - I fattori che incidono

Variabili inserite	R	R-quadrato	R-quadrato corretto	Errore std. della stima
RACCOLTA DIFFERENZIATA	0,827	0,685	0,684	0,739
PULIZIA DEI MARCIAPIEDI	0,967	0,936	0,935	0,334
PULIZIA DELLE STRADE	0,989	0,978	0,978	0,196
PULIZIA DELLE AREE VERDI	0,995	0,990	0,989	0,135
RACCOLTA DI RIFIUTI GENERICI	0,997	0,995	0,995	0,096
EFFICACIA CON CUI AMIAT COMUNICA	0,999	0,999	0,999	0,042

[\[1\]](#) 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).

Ma come varia il giudizio sui servizi di Amiat tra 2007 e 2008?



I cambiamenti dei giudizi indicano prevalentemente:

- Il calo significativo dei servizi di raccolta, tutti e tre indistintamente, pur confermati nella scala d'eccellenza e pur rappresentando realmente l'eccellenza di Amiat e della città.
- L'inversione della tendenza ma ancora giudizi collocati nella sfera dell'insoddisfazione per quanto riguarda la pulizia marciapiedi.
- Il recupero positivo del grado di pulizia generale del quartiere e dunque della città
- La conferma del buon livello di servizio raggiunto dalla comunicazione

Per i margini di crescita rilevati è da segnalare soprattutto il servizio delle aree verdi dove pare convergano le attenzioni sia degli interventi effettuati sui parchi delle circoscrizioni 4, 5, 8 e 9. Difficile stimare il contributo al miglioramento del servizio a seguito del coinvolgimento di alcune cooperative sociali torinesi. Per quanto possano lavorare bene l'impatto appare eccessivo. Considerazioni in merito vengono sviluppate più avanti.

Indice lordo di efficienza AMIAT 2007-2008 e quota di soddisfazione (al lordo e netto dei Marciapiedi)

Percentuale di soddisfatti	2007	2008	Var. Ass.	Var. %
Rifiuti generici	89,1%	86,4%	-2,8%	-3,1%
Raccolta Differenziata	84,0%	77,1%	-6,9%	-8,2%
"Porta a Porta"	82,2%	81,7%	-0,4%	-0,5%
Pulizia di Strade	69,6%	66,9%	-2,7%	-3,8%
Pulizia di Marciapiedi	54,1%	55,0%	1,0%	1,8%
Pulizia di Aree verdi	60,3%	70,4%	10,0%	16,6%
Efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti	71,7%	74,7%	3,0%	4,2%
Soddisfazione (al lordo dei Marciapiedi)	69,6%	71,4%	1,8%	2,6%
Soddisfazione netta	75,9%	75,1%	-0,7%	-1,0%

Giudizio – EFFICIENZA AMIAT	2007	2008	Var. Ass.	Var. %
Rifiuti generici	7,26	6,95	-0,31	-4,2%
Raccolta Differenziata	7,16	6,70	-0,46	-6,4%
"Porta a Porta"	7,37	6,92	-0,45	-6,1%
Pulizia di Strade	6,08	6,01	-0,07	-1,1%
Pulizia di Marciapiedi	5,44	5,47	0,02	0,4%
Pulizia di Aree verdi	5,73	6,06	0,33	5,8%
<i>Pulizia del quartiere dove lei vive</i>	6,26	6,34	0,08	1,3%
Efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti	6,37	6,40	0,03	0,5%
EFFICIENZA AMIAT (al lordo dei Marciapiedi)	6,28	6,31	0,03	0,5%
EFFICIENZA NETTA	6,62	6,51	-0,11	-1,7%

Nel caso della differenziata cala visibilmente il tasso di soddisfatti; come si è già detto probabilmente a causa di maggiori attese da parte dei cittadini. Si sottolinea nuovamente il dato per le interessanti implicazioni relative alla prospettiva di stabilire una relazione con il cittadino/cliente sulla base di responsabilità e di obiettivi condivisi.

Significativo il contributo che proviene dalla pulizia delle aree verdi il cui livello di soddisfazione coincide con i quartieri su cui si è lavorato (vecchi quartieri 9, 10, 14, 15, 16, 17, 22).

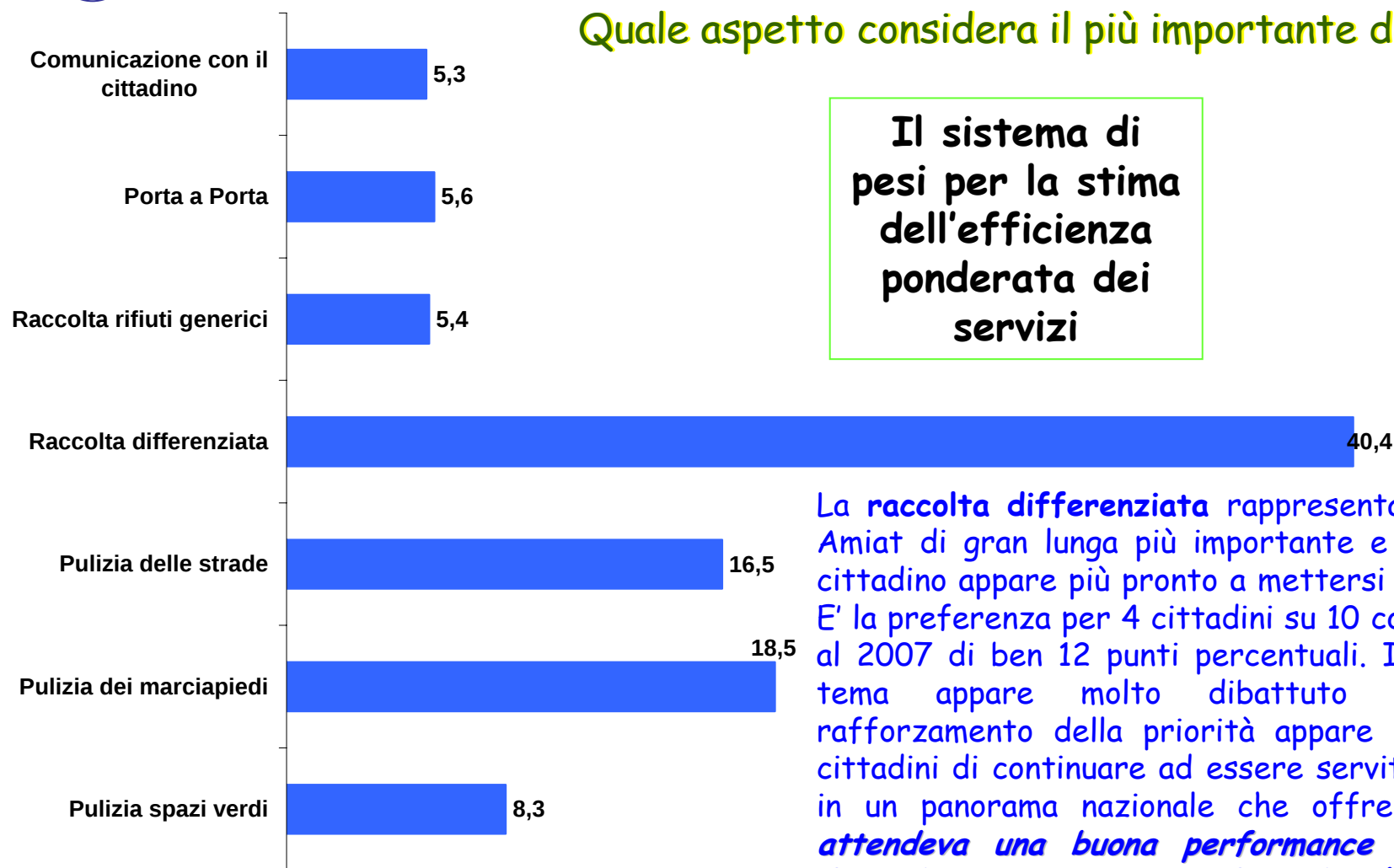
La contrazione verso valori medi da un area di maggiore eccellenza 2007 è chiaramente individuabile oltre che per la differenziata, anche per i rifiuti generici e il "Porta Porta" a riprova del fatto che sta cambiando la sensibilità verso la questione a fronte di un giudizio sostanzialmente molto buono. Il calo del servizio a nostro avviso è più un effetto che non una causa, essendo quest'ultima da ricercarsi, appunto, più nelle accresciute aspettative.

EFFICIENZA

TAB - Efficienza Amiat 2008-2007 (al lordo dei marciapiedi) per Quartiere

<i>Efficienza Amiat per Circoscrizione</i>		2008	2007	Var. %
1	Centro	6,05	6,09	-0,7%
2	S.Salvario	6,16	6,87	-10,3%
3	Crocetta	5,99	6,35	-5,6%
4	San Paolo	6,57	6,76	-2,8%
5	Cenisia - Cit Turin	5,74	5,94	-3,5%
6	San Donato	6,31	5,54	13,9%
7	Aurora	5,37	6,23	-13,7%
8	Vanchiglia	5,79	6,56	-11,8%
9	Nizza - Millefonti	6,17	6,00	2,8%
10	Lingotto	6,71	7,19	-6,7%
11	Santa Rita	6,39	6,55	-2,4%
12	Mirafiori Nord	6,63	6,13	8,2%
13	Pozzo Strada	6,21	6,64	-6,5%
14	Parella	6,50	6,47	0,5%
15	Le Vallette - Lucento	6,63	6,26	5,9%
16	Lanzo - Mad. Campagna	6,06	5,50	10,2%
17	B.ta Vittoria	6,05	5,79	4,4%
18	Barriera Milano	6,03	6,58	-8,4%
19	Falchera - Villaretto	6,13	6,28	-2,4%
20	Barca - Regio Parco	6,62	7,13	-7,1%
21	Madonna del Pilone	7,19	6,70	7,3%
22	Cavoretto - Borgo Po	6,87	5,78	18,9%
23	Mirafiori Sud	6,70	6,65	0,6%
Torino		6,31	6,28	0,5%

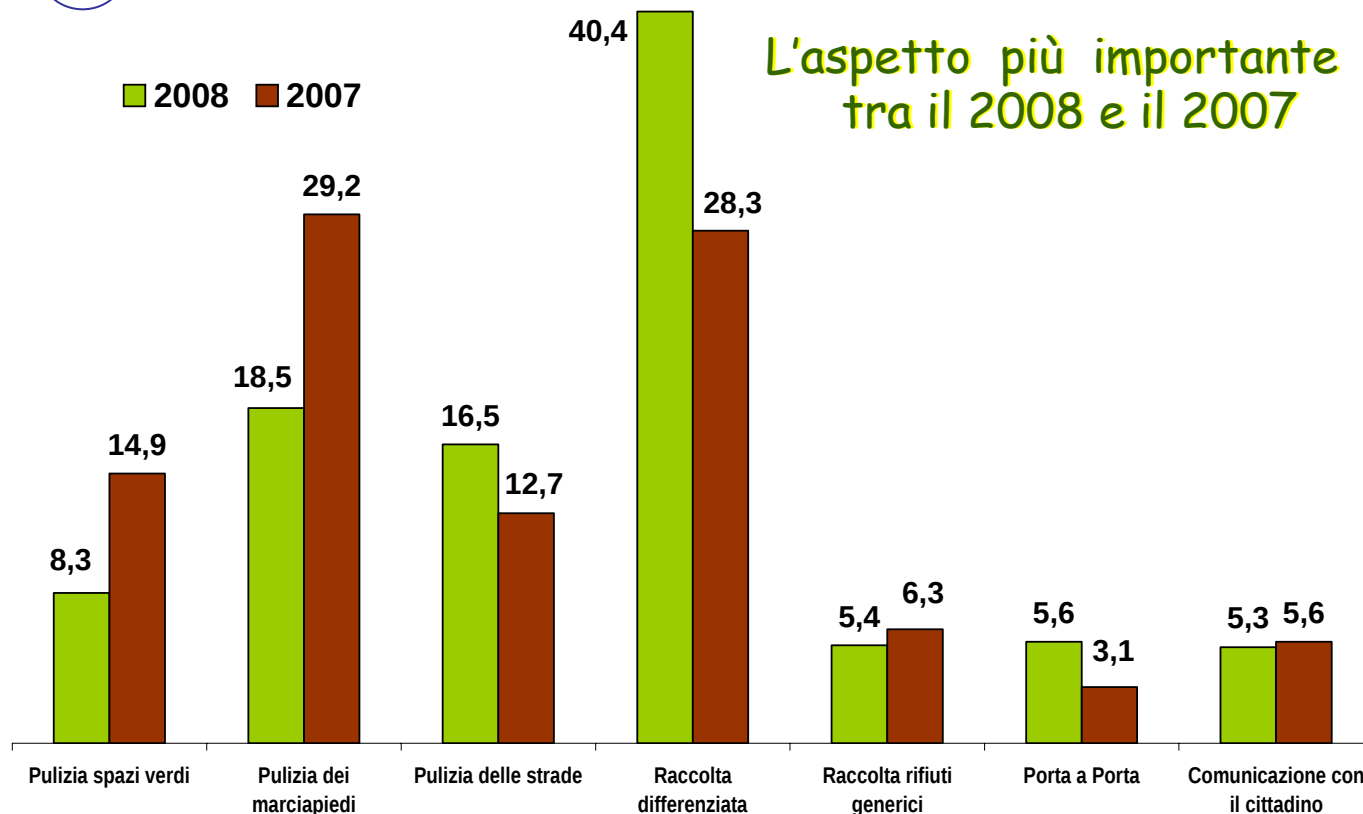
Quale aspetto considera il più importante del servizio Amiat?



Il sistema di pesi per la stima dell'efficienza ponderata dei servizi

La **raccolta differenziata** rappresenta l'aspetto del servizio Amiat di gran lunga più importante e quello verso il quale il cittadino appare più pronto a mettersi in gioco personalmente. E' la preferenza per 4 cittadini su 10 con una crescita rispetto al 2007 di ben 12 punti percentuali. In un momento in cui il tema appare molto dibattuto sui giornali, questo rafforzamento della priorità appare legato alla volontà dei cittadini di continuare ad essere serviti in maniera qualitativa in un panorama nazionale che offre molte riflessioni. *"Si attendeva una buona performance da Amiat, Amiat ha fatto bene ma si poteva fare di più e di più vogliamo che Amiat si impegni a fare"*

La **pulizia dei marciapiedi** scende al secondo posto ma soprattutto si contrae di importanza per oltre 10 punti percentuali. Se nel 2007, la scala di priorità appariva condizionata anche e soprattutto dalla pessima valutazione del servizio, che lo collocava nei punti di criticità dell'intera città, il posizionamento 2008 nelle priorità appare derivato da motivazioni non locali che hanno spostato la percezione di emergenza dalla scala territoriale torinese (i marciapiedi) verso il problema dei rifiuti (nazionale).



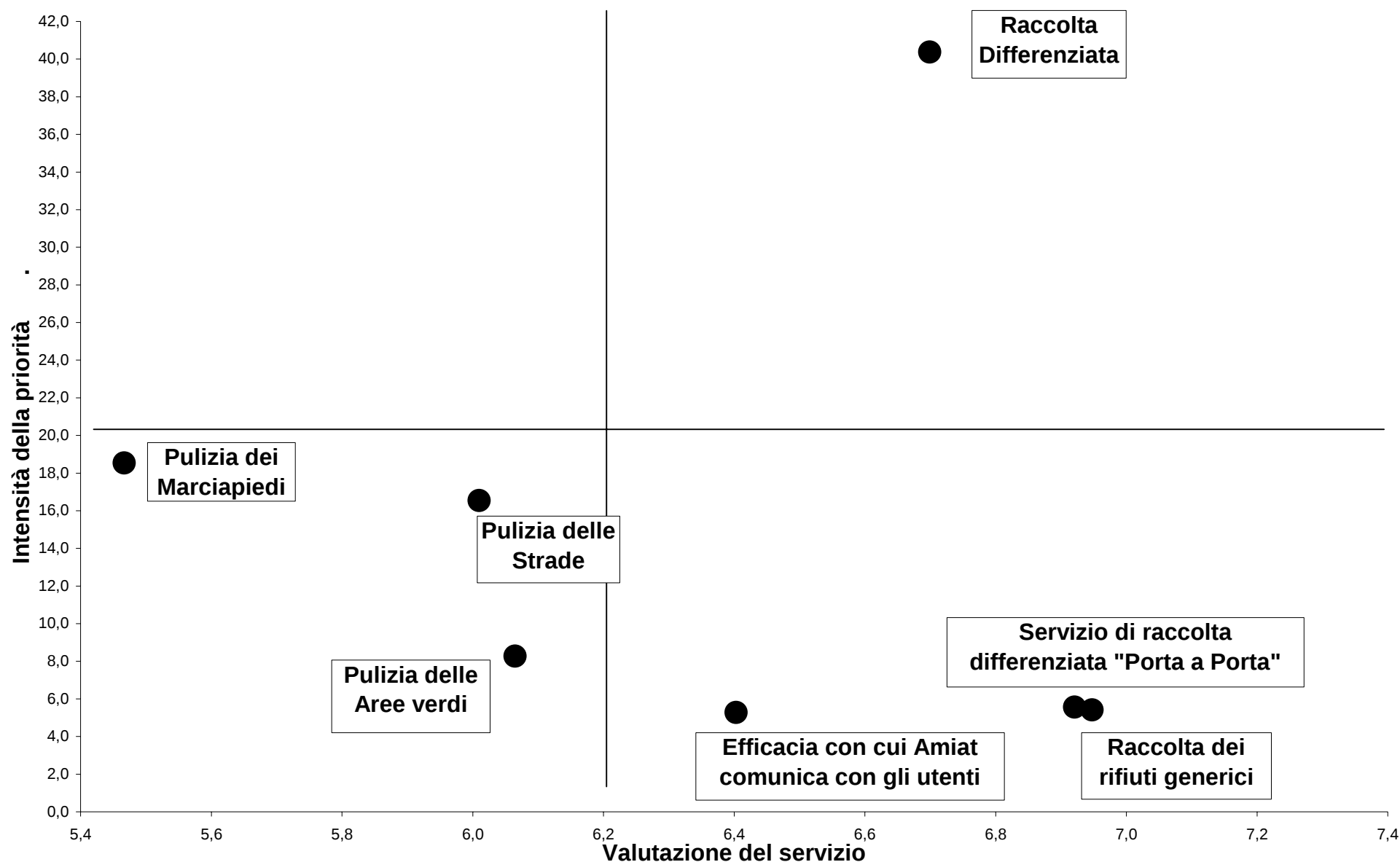
L'aspetto più importante
tra il 2008 e il 2007

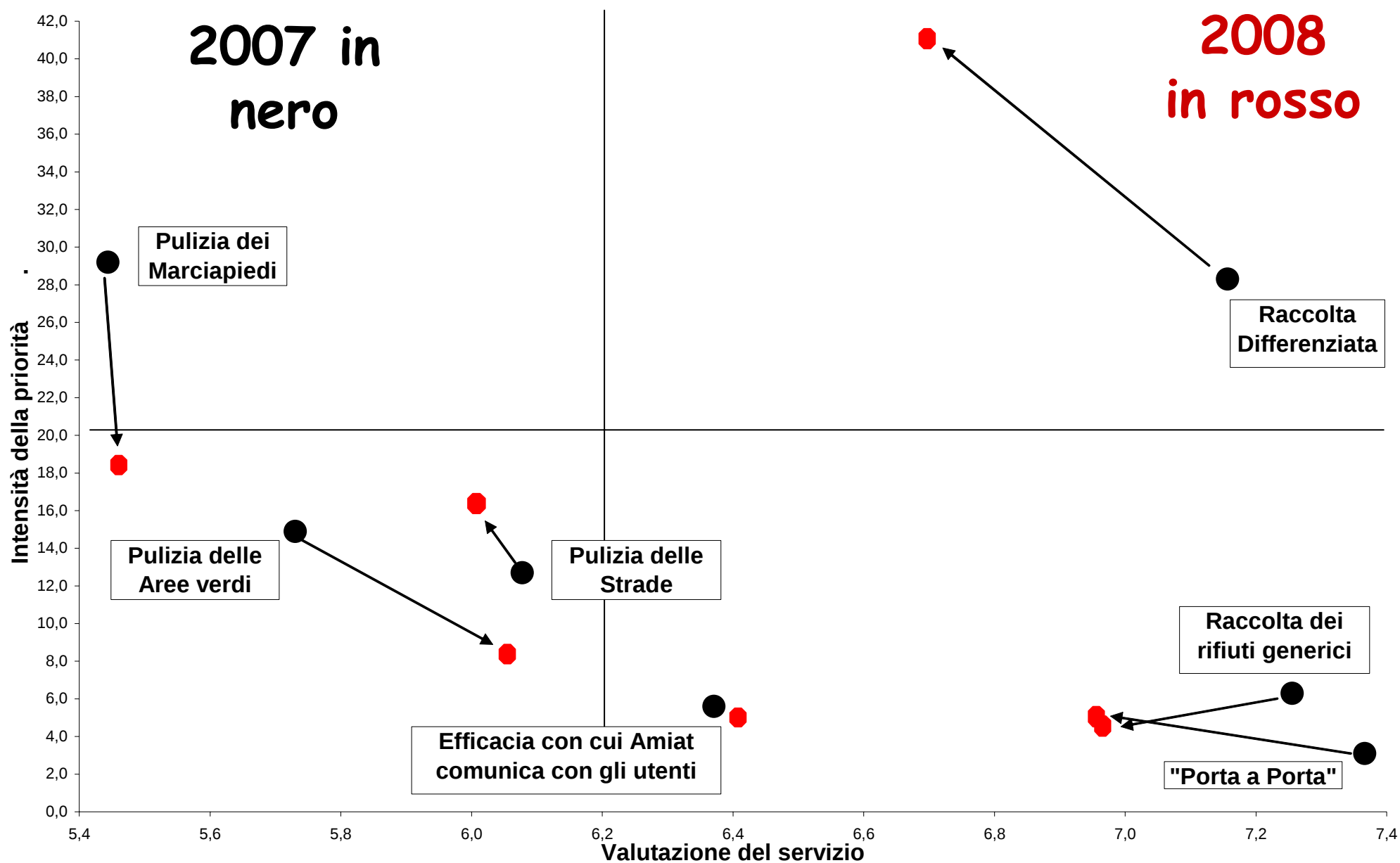
Un sistema in
repentina
trasformazione; la
sensibilità
ambientale dei
cittadini cambia

La **pulizia delle strade** si colloca al terzo posto con un aumento di peso del 4% nella percezione dei torinesi. Con grande distacco ma con tassi di priorità molto simili, si collocano gli altri 4 servizi; il primo, la **pulizia delle aree verdi**, dimostra di essere percepito come un servizio "necessario ma non sufficiente"; non si consolida infatti la forte crescita della valutazione del servizio stesso durante il 2008 con una simile variazione del posizionamento nella scala delle priorità che invece risalta un peggioramento evidente dai 15 punti percentuali del 2007 agli 8 del 2008.

Lievi contrazioni sono rilevate per i **rifiuti generici** (condizionata dall'alto giudizio raccolto) e per la **comunicazione**.

Molto significativa, nonostante la incompleta copertura territoriale, la valutazione del servizio "**Porta a porta**" che **duplica il proprio peso** in un solo anno.

SCATTER: Un mix tra i Giudizi e la Priorità assegnata ai servizi AMIAT 2008...

SCATTER: Il mix tra i Giudizi e la Priorità negli anni 2007 e 2008

A nostro giudizio di fronte ai dati espressi non vale tanto soffermarsi sugli spostamenti lungo un singolo asse, considerando solo crescite e decrescite dei giudizi raccolti, quanto piuttosto notare come ad un giudizio in diminuzione corrisponda una variazione al rialzo sulla scala dell'importanza (questo si riscontra in tre casi su quattro), così come si riscontra una correlazione contraria nel caso di giudizio migliorato (tre su tre).

Anche se la lettura ci consegna solo l'andamento e non la causalità della relazione a noi pare di poter sostenere che a fronte di una accresciuta attenzione (sensibilità) nei confronti dell'aspetto considerato cambiano (conseguentemente) anche i giudizi percepiti.

La questione è interessante in quanto rimanda al tentativo originario di cercare di interpretare la relazione come una sfida comune, basata su responsabilità condivise. In questa ottica il problema diventa quello di cogliere in anticipo la disponibilità ad "impegnarsi" di più e qui sta il valore aggiunto delle informazioni che lo scatter ci restituisce.

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.

Prevale un lieve calo nel giudizio che tuttavia appare superiore a quello espresso per ognuno dei singoli aspetti e fasi di lavoro di cui è composto; evidentemente a determinare il giudizio complessivo intervengono positivamente altri fattori non considerati.

La lettura della raccolta dei generici separata dalla differenziata è una sopravvenienza di una stagione oggi non più attuale. Si presume infatti che dal punto di vista del cittadino la raccolta dei rifiuti generici sia una parte (quella residua) della differenziata. Quello che ne consegue è che l'analisi del giudizio sul singolo asse, rimane comunque circondata da un alone di incertezza e di imprecisione; di contro se la si riconduce ad una lettura integrata con la raccolta differenziata si rileva che presenta un andamento tendenziale analogo.

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Il secondo servizio considerato è quello riferito alla Raccolta Differenziata, che **compare nello scatter in testa nella classifica delle priorità percepite e nell'area dei buoni giudizi per quanto si riferisce alla qualità.**

È una valutazione negativa rispetto al trend assunto negli scorsi anni; tuttavia il giudizio esprime ancora un buon livello sulla scala della qualità percepita. È il punto attorno al quale si consuma la sfida. Il cittadino percepisce la differenziata come l'elemento di massima garanzia e di tutela rispetto ad un decadimento della qualità ambientale ed in una qualche misura della stessa della qualità della vita.

Il cambiamento non è riferito tanto al giudizio sulla qualità del servizio quanto piuttosto all'urgenza che esprime, alla percezione di dover (doversi) migliorare.

Siamo in prossimità di un punto di svolta rispetto al quale si sappia che siamo chiamati a fare di più. È il momento di rilanciare sul piano della corresponsabilizzazione in quanto non sarà facile per l'Azienda farsi carico da sola delle accresciute attese dei cittadini.

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 prioritario) innescando una dinamica virtuosa volta ad accrescerne l'importanza.

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"

Il servizio si è avvalso di campagne di affissione, più puntuali nelle circoscrizioni 3, 8, 9 e 10; molta della forza propulsiva della comunicazione Amiat si è concentrata su questo servizio. Nel 2007 sono stati attivati complessivamente 117 mila abitanti con la novità dell'organico all'interno dei condomini di Lucento, Vallette, Campidoglio e Parella; di questi ben 11mila famiglie (25mila abitanti) sono stati coinvolti intorno alla fine dell'anno a Mirafiori Nord. Questo porta il tasso di copertura a 275.000 abitanti serviti e a questi se ne aggiungeranno ulteriori 81mila previsti nel 2008. Anche i dati campionari indicano, sul Panel di riferimento, che si riscontra una crescita della popolazione coinvolta del 3,8% rispetto al 14,3% rilevato nel 2007 che induce una inferenza sull'intera città di circa 33mila cittadini in quasi 15mila famiglie.

C'è una gradualità nei cambiamenti, pure se discontinua... Il Porta a Porta impone l'assunzione di nuove abitudini e stili di vita. Attualmente appare ancora come uno sforzo eccessivamente gravoso. Si fatica a percepirlo come la via maestra del sistema di gestione dei rifiuti, al momento l'attenzione si è focalizzata sulla raccolta differenziata, è su quella che non bisogna mollare; nella percezione dei cittadini il Porta a Porta viene dopo (per quest'anno continua a venire dopo...).

Così come oggi è la raccolta differenziata a rappresentare il vero terreno di sfida, in prospettiva sarà il Porta a Porta a diventarlo; tuttavia al momento la saldatura tra scelte aziendali (di potenziarlo) e priorità percepite (e dunque anche di disponibilità espresse) da parte del cittadino non si saldano, anche se è interessante rilevare come, ai limiti dei quartieri serviti dal Porta a Porta, i cittadini esprimano il desiderio di farne parte.

L'atteggiamento giusto anche sotto il profilo della strategia comunicativa appare quello di utilizzare l'accresciuta sensibilità verso il problema complessivo (e particolarmente attorno alla differenziata) per sostenere il Porta a Porta. Ciò ribadisce la corretta impostazione delle scelte attuali.

La percezione (l'umore) della gente e le scelte aziendali non procedono di pari passo, al momento in cui si percepisce prioritaria la differenziata l'azienda già punta sulla forma di raccolta più evoluta, più *spinta*. Tuttavia la tendenza ad una crescente sensibilità lascia presagire un avvicinamento tra gli obiettivi della comunità e le strategie dell'Azienda, ed è sull'andamento previsto di questa relazione che si considerano giuste le scelte di investire a favore del Porta a Porta.

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.

Solo un lieve assestamento quello registrato dal servizio di pulizia delle strade, tradizionale punto di forza del servizio di pulizia della città, determinato dalla contrazione della valutazioni medie (la percentuale di soddisfatti diminuisce più del giudizio medio); un livello di guardia per la gestione di un asset strategico della città ma non il manifesto di una tendenza in crisi; importante questa sostanziale tenuta alla luce della crescente importanza che la pulizia delle strade assume nella percezione del cittadino.

La lettura procede secondo le linee generali già descritte nell'introduzione al commento allo scatter, cioè al fatto che maggiori livelli percepiti nell'importanza si associano a maggiori attese e conseguentemente a giudizi più critici.

Tuttavia ripetiamo che quello che in realtà si sta modificando, più che il giudizio sulle performance dell'azienda, è lo scenario sul quale ci si trova ad operare, caratterizzato da un evidente mutamento di atteggiamenti nei confronti dei temi ambientali, che nello specifico assumono i caratteri della raccolta e della pulizia urbana. Ciò significa che anche in questo caso quello che si registra non è un arretramento ma una sostanziale conferma.

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA DEL QUARTIERE

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

A riprova del fatto che molto della lieve contrazione dell'efficienza generale sia elemento riconducibile più ad aspetti esogeni al servizio ed a fatti di natura sociopsicologica, contribuisce anche la valutazione che i cittadini forniscono in merito alla pulizia del proprio quartiere, percezione migliorata e diffusa tra più cittadini.

Il giudizio è riferito ad un aspetto riconducibile ad una sfera di vicinanza, cioè agli spazi di vita quotidiana, fatto questo che tende ad amplificare l'intensità del vissuto, restituendoci un giudizio con meno interferenze, più "vero", che certifica la soddisfazione del servizio ricevuto di 3 cittadini su 4, che lo trovano anche migliorato nel tempo.

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.

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 ripropone, come nella Customer 2007, 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.

È debole l'azione di *governance*

Cresce pur di poco il giudizio e la percentuale dei soddisfatti. La valutazione rimane ai livelli minimi e certifica il fatto che non sta nelle responsabilità di Amiat, la quale in qualunque servizio che offre ottiene sempre almeno la sufficienza. Scende anche visibilmente nella scala delle priorità percepite essendo almeno in parte conseguente all'efficienza della pulizia delle strade e della raccolta dei rifiuti, queste ultime ambedue priorità in crescita.

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.

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.

L'andamento riscontrato nel servizio indirizzato alla pulizia delle aree verdi è da leggere nell'andamento duplice che risalta dallo scatter, cioè segue l'andamento generale di un aumento delle performance percepite nei servizi considerati "minori". La sfida non si consuma in queste aree, nelle quali la tensione è contenuta, gli accenti come si è visto cadono altrove.

In ogni caso è comunque indubbio un miglioramento del servizio.

COMUNICAZIONE - RELAZIONE CON IL CITTADINO

AREA DELLA COMUNICAZIONE

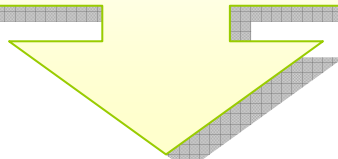
Medietà dei giudizi e scarsa percezione di priorità, del resto si tratta di un lavoro di seconda linea che quando è efficace produce effetti sulle altre aree e sull'immagine complessiva dell'azienda con ricadute su se stessa solo indirette.

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.

La comunicazione Amiat è valutata bene; 3 cittadini su 4 sono soddisfatti e le sintesi di giudizio collocano la comunicazione tra gli aspetti migliori del servizi intero. La valutazione è ancor più positiva se si pensa all'effetto "trasparenza" che Amiat sembra garantire di fronte alla crescente esigenza di essere correttamente informati in materia rifiuti e di ambiente. Positivo anche il contributo fornito in alcune situazioni di lancio di nuove campagne di supporto all'allargamento di servizi esistenti.

La Tabella riporta le variazioni delle quote dei soddisfatti ("molto" e "abbastanza" cioè con voti pari a 6 ed altre) negli anni considerati



	2006	2007	2008
<i>Raccolta dei rifiuti generici</i>	88%	89,1%	86,4%
<i>Raccolta differenziata</i>	81%	84,0%	77,1%
<i>Pulizia delle strade</i>	93%	69,6%	66,9%
<i>Attività della Comunicazione</i>	93%	71,7%	74,7%

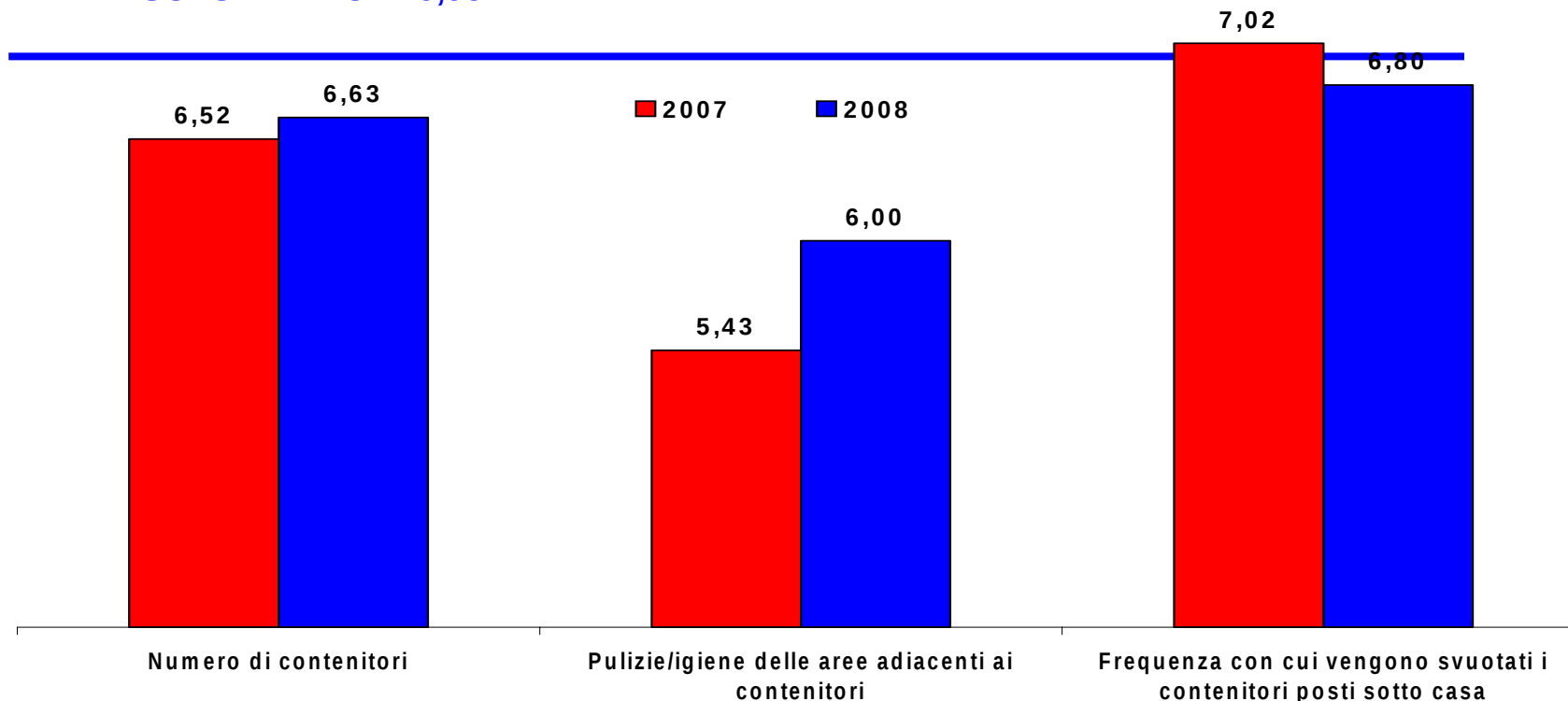
I tre fattori percepiti in crescita per importanza sono quelli su cui ricade lo stress delle maggiori attese. Non meravigli dunque l'accresciuta criticità dei giudizi raccolti; sono da intendersi piuttosto come indicazioni di priorità sulle quali lavorare con maggior attenzione, in quanto aree "calde" nel sistema di relazioni con il cittadino/cliente.

Conforta registrare che lo strumento principe (le attività della comunicazione) con il quale si governa la relazione è invece in buona salute e adeguatamente apprezzato

RIFIUTI GENERICI

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

GIUDIZIO GENERALE SUI GENERICI = 6,95



Come si vede il giudizio generale è ben oltre la sufficienza; evidentemente è condizionato da altri fattori che incidono positivamente, mentre dei tre aspetti considerati, due rappresentano senz'altro elementi di debolezza relativa, nel senso che contribuiscono ad abbassare il giudizio complessivo pur essendo loro stessi percepiti come sufficienti.

Particolarmente significativo è il recupero del giudizio riferito alla pulizia delle aree adiacenti ai contenitori, uno degli aspetti di maggiore criticità rilevata fino all'anno scorso. La misura della variazione sembrerebbe denotare uno sforzo tutt'altro che trascurabile.

RIFIUTI GENERICI

Sembrerebbe che si sia profuso lo sforzo maggiore in direzione di colmare il deficit piuttosto che migliorare gli aspetti già eccellenti. Ad una lettura complessiva sembra indubbio che i risultati raggiunti sia nella pulizia delle aree adiacenti ai cassonetti che nel numero dei contenitori ripagano abbondantemente il calo rilevato nella frequenza. Il giudizio complessivo viene influenzato positivamente da una maggiore coerenza tra i diversi aspetti che compongono il servizio, dunque il risultato è indubbiamente positivo.

	2006	2007	2008
<i>Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa</i>	2,87	2,97	2,92
<i>Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori</i>	2,74	2,44	2,67
<i>Numero di contenitori</i>	2,82	2,78	2,84

RIFIUTI GENERICI***SERVIZI DELLA RACCOLTA RIFIUTI GENERICI*****Numero contenitori**

Aumentano i soddisfatti e con loro l'incremento del giudizio che tuttavia rimane ancora al di sotto della media complessiva del servizio; la politica dei piccoli passi nell'adeguamento progressivo dei contenitori comunque smuove e a poco a poco ripaga.

Frequenza svuotamento:

Aumentano i soddisfatti ma il giudizio appare in lieve contrazione: sale dunque il livello medio di offerta ma scende una parte delle vere eccellenze del servizio. Una motivazione plausibile emerge dall'analisi territoriale del dato, dalla quale risalta la concentrazione della diminuzione concentrata in determinate zone (vd. tabella seguente); si potrebbe ipotizzare che possa trattarsi di effetti conseguenti ad alcuni momenti di riorganizzazione interna a generare qualche lacuna del servizio (effetti dello sforzo crescente in direzione del Porta a Porta?).

Pulizia aree adiacenti ai contenitori:

Ottimi passi in avanti a recuperare la situazione di massima criticità per la percezione del servizio di raccolta Amiat: se alla segnalazione evidenziata nel 2007 sono seguiti interventi diretti, si può affermare che sono stati molto efficaci.

	2007		2008		Var. %	
	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media
Numero di contenitori	69,7%	6,52	76,8%	6,63	10,2%	1,7%
Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	53,0%	5,43	66,2%	6,00	25,1%	10,4%
Frequenza svuotamento contenitori sotto casa	80,0%	7,02	83,4%	6,80	4,3%	-3,1%
RIFIUTI GENERICI	89,1%	7,26	86,4%	6,95	-3,1%	-4,2%

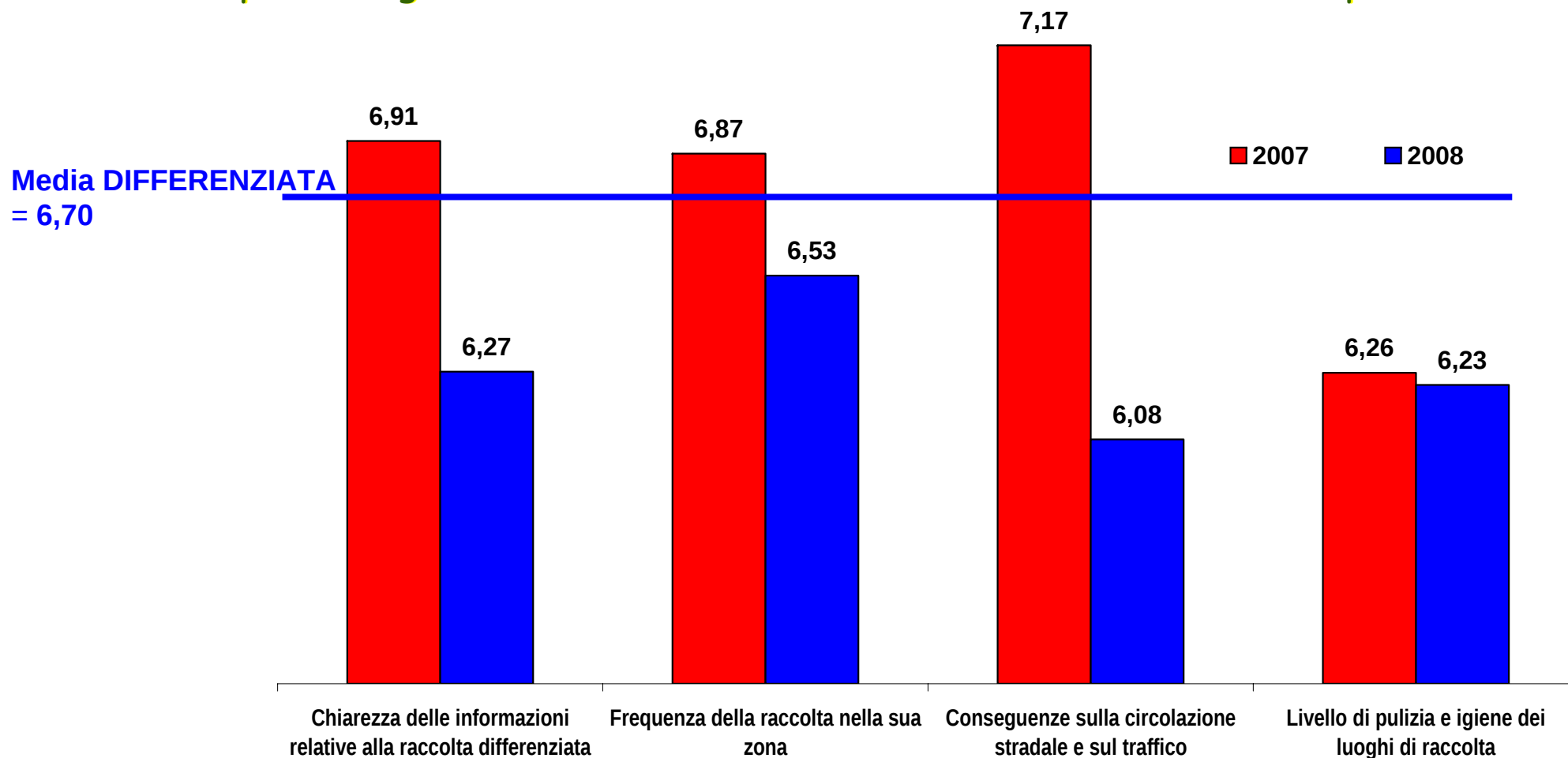
RIFIUTI GENERICI

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

Giudizio su Raccolta Rifiuti Generici per Circoscrizione	Numero di contenitori	Pulizie/igiene delle aree adiacenti ai contenitori	Frequenza con cui vengono svuotati i contenitori posti sotto casa	Raccolta di rifiuti generici
1 Centro	6,42	6,48	6,74	6,58
2 S.Salvario	6,44	5,91	6,66	7,19
3 Crocetta	6,91	5,97	6,88	6,85
4 San Paolo	6,70	6,90	7,17	7,37
5 Cenisia - Cit Turin	6,97	5,97	6,77	6,81
6 San Donato	6,97	5,85	7,36	7,11
7 Aurora	5,86	5,71	6,54	7,18
8 Vanchiglia	5,81	5,52	6,32	6,42
9 Nizza - Millefonti	6,64	5,90	6,30	6,10
10 Lingotto	6,35	6,29	7,14	6,77
11 Santa Rita	6,97	6,34	6,61	6,84
12 Mirafiori Nord	7,30	6,86	7,13	7,23
13 Pozzo Strada	6,86	6,21	6,91	7,37
14 Parella	7,51	6,06	7,16	7,16
15 Le Vallette - Lucento	7,03	5,36	7,52	6,70
16 Lanzo - Mad. Campagna	6,25	5,13	6,03	6,50
17 B.ta Vittoria	5,93	5,03	6,17	6,77
18 Barriera Milano	6,31	5,65	6,46	7,00
19 Falchera - Villaretto	5,91	5,50	6,14	6,86
20 Barca - Regio Parco	5,38	6,15	6,85	7,25
21 Madonna del Pilone	4,78	5,56	6,75	7,20
22 Cavourto - Borgo Po	5,89	4,44	5,29	6,75
23 Mirafiori Sud	7,17	6,46	6,89	6,97
Torino	6,63	6,00	6,80	6,95

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Esprima un giudizio sul servizio di RACCOLTA DIFFERENZIATA per:



RACCOLTA DIFFERENZIATA

Anche in questo caso i singoli aspetti considerati danno un contributo negativo al giudizio sul servizio nel suo insieme. Ma la questione più rilevante è riferita all'andamento, decisamente peggiorato rispetto all'anno precedente. Per il commento sul servizio in generale si rimanda allo scatter che riporta priorità e giudizi. Questo dovrebbe anche aiutarci ad **evitare eccessive preoccupazioni di carattere tecnico-organizzativo per invertire la tendenza al ribasso**, la questione è in larga parte esterna agli aspetti riferiti all'efficienza espressa dal servizio di raccolta.

La questione è comunque di rilevanza strategica.

Attenzione va semmai posta al crollo dei giudizi sui disagi causati al traffico dal servizio. Cresce l'intolleranza e questo non va certo nella direzione della condivisione delle responsabilità e del necessario spirito di collaborazione che la dovrebbe sostenere.

Interessante è anche rilevare **l'importanza crescente che assume la comunicazione** ricondotta all'asse Raccolta Differenziata. In questo caso la sua funzione risalta con molto più chiarezza anche agli occhi "ingenui" del cittadino, il quale in questo caso le riconosce importanza e priorità (ragion per cui fa salire le attese e domanda più chiarezza).

	2006	2007	2008
<i>Chiarezza informazioni relative alla raccolta differenziata</i>	2,99	2,92	2,72
<i>Frequenza della raccolta nella sua zona</i>	2,81	2,92	2,84
<i>Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico</i>	3,01	3,03	2,69
<i>Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta</i>	2,80	2,72	2,75

RACCOLTA DIFFERENZIATA

Chiarezza informazioni

L'attesa di **informazioni chiare (più chiare e più informazioni)** offre un contributo decisivo al calo del giudizio riferito al servizio di differenziata. Qui la questione assume aspetti diversi, da una parte risalta l'importanza (non sempre chiaramente percepita dal cittadino) della comunicazione e quindi impone una riflessione sulla centralità dello strumento, (riflessione che riguarda scelte strategiche non tecniche) dall'altra le scelte attorno alle priorità degli obiettivi interni al settore comunicazione: solo o soprattutto Porta a Porta o anche Altro? (es. comunicazione sociale, educazione ambientale diffusa ecc...).

In ogni caso è chiaro che l'accresciuta attenzione dei cittadini sulle questioni ambientali si accompagna alla richiesta di essere **garantiti e adeguatamente informati** per non scoprirsi **spiacevolmente sorpresi...**

Frequenza raccolta

Sostanzialmente stabile la verifica del giudizio sulla frequenza di raccolta, con una leggera flessione che si allinea alla contrazione globale del servizio.

	2007		2008		Var. %	
	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media
Chiarezza delle informazioni relative alla raccolta differenziata	75,6%	6,91	67,9%	6,27	-10,2%	-9,4%
Frequenza della raccolta nella sua zona	80,1%	6,88	79,1%	6,53	-1,3%	-5,0%
Conseguenze sulla circolazione stradale e sul traffico	82,5%	7,17	75,3%	6,08	-8,7%	-15,3%
Livello di pulizia e igiene dei luoghi di raccolta	69,6%	6,27	73,8%	6,23	6,0%	-0,7%
RACCOLTA DIFFERENZIATA	84,0%	7,16	77,1%	6,70	-8,2%	-6,4%

RACCOLTA DIFFERENZIATA**Conseguenze sulla circolazione**

Il punto di forza della programmazione oraria e i contenuti riflessi sulla circolazione stradale flette molto nel corso del 2008; cala la percentuale dei soddisfatti ma ancor più le valutazioni medie del servizio che la fanno passare da punto di forza a elemento di criticità in un solo anno. Utile la verifica per quartiere dalla quale si rileva come questa valutazione sia condizionata sostanzialmente da due fattori: il primo è la concentrazione della criticità in quartieri dove i cantieri della Metropolitana rendono già difficile la circolazione che il servizio di raccolta tende solo a risaltare agli occhi del cittadino; in secondo luogo le azioni strategiche 2007 tese a concentrare l'attenzione proprio su quello che emergeva solo lo scorso anno come un punto di consistente debolezza del servizio Amiat, ossia quello del livello di pulizia intorno alle aree dei contenitori di generici e di differenziata, sembrano davvero aver colto nel segno e dimostrato la sua efficacia (vd. giudizi in merito)

Livello di pulizia intorno ai raccoglitori

Anche per la differenziata, l'elemento trainante delle valutazioni 2008 è la pulizia dei luoghi di raccolta; potrebbe essere l'emblema degli interventi programmati nel 2007 e ovviamente, riusciti. Non sia fuorviante la considerazione del lieve incremento di valutazione perchè aumenta in maniera più consistente la percentuale dei soddisfatti e soprattutto non flette al regresso generalizzato delle eccellenze.

RACCOLTA DIFFERENZIATA

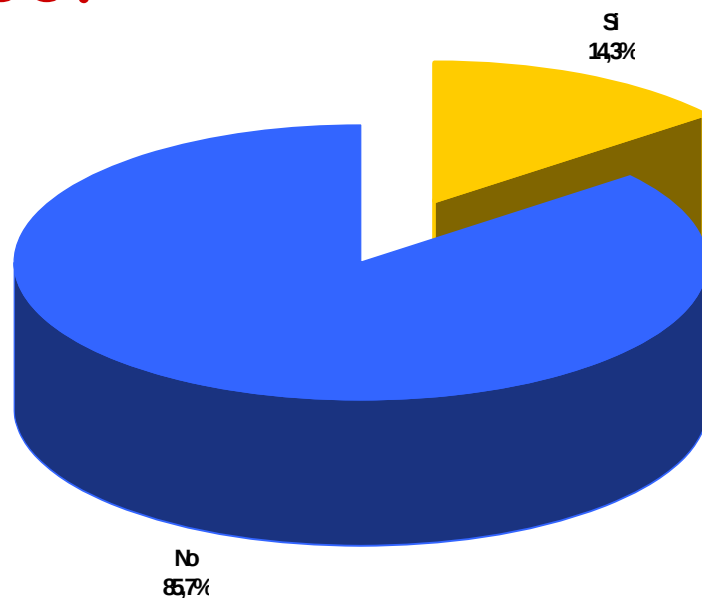
TAB - Giudizio medio dei servizi connessi alla raccolta differenziata per Quartiere

Giudizio su Raccolta Differenziata per Circoscrizione		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	Raccolta Differenziata
1	Centro	6,11	5,96	6,35	6,28	6,15
2	S.Salvario	5,71	6,47	5,71	6,03	6,32
3	Crocetta	6,15	6,26	6,71	6,07	6,16
4	San Paolo	6,43	6,42	6,65	6,68	7,10
5	Cenisia - Cit Turin	6,48	6,13	6,55	6,03	6,33
6	San Donato	6,54	6,95	4,59	6,17	6,97
7	Aurora	5,43	5,82	5,54	5,25	5,50
8	Vanchiglia	6,29	6,57	6,59	6,40	6,26
9	Nizza - Millefonti	6,10	6,50	6,00	6,27	7,11
10	Lingotto	6,36	6,77	5,09	6,48	6,73
11	Santa Rita	6,17	6,46	5,97	6,17	6,57
12	Mirafiori Nord	6,37	7,06	7,16	7,04	6,92
13	Pozzo Strada	6,50	6,22	6,71	6,15	6,60
14	Parella	6,62	6,96	3,69	6,38	7,44
15	Le Vallette - Lucento	7,22	6,94	4,86	6,60	7,31
16	Lanzo - Mad. Campagna	5,81	6,19	7,21	5,78	6,53
17	B.ta Vittoria	5,57	5,96	6,80	5,75	6,45
18	Barriera Milano	5,72	6,35	7,14	5,64	6,35
19	Falchera - Villaretto	6,32	6,27	6,94	5,64	7,09
20	Barca - Regio Parco	7,85	7,23	7,23	6,46	7,23
21	Madonna del Pilone	5,30	6,50	6,67	6,70	8,20
22	Cavoretto - Borgo Po	6,44	6,56	4,56	6,25	7,00
23	Mirafiori Sud	6,17	6,71	6,91	6,54	6,71
Torino		6,27	6,52	6,08	6,23	6,70

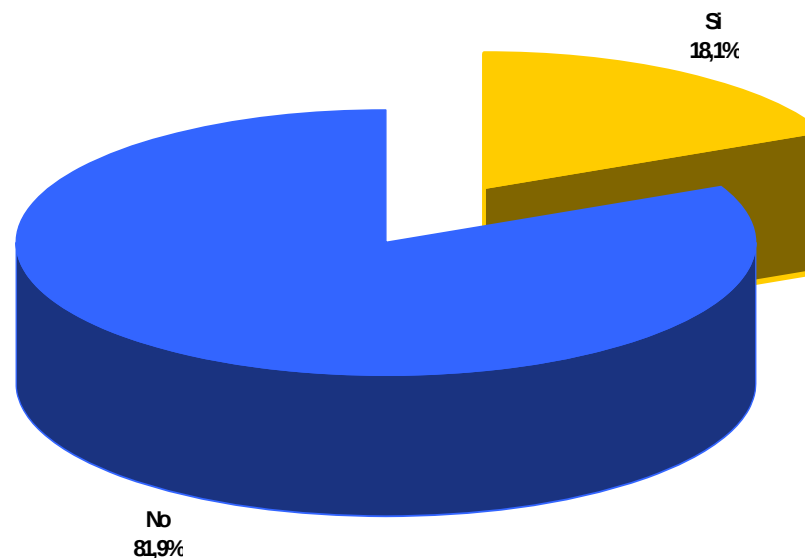
PORTA A PORTA

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

2007



2008



PORTA A PORTA

L'atteggiamento nei confronti del Porta a Porta ci restituisce il riflesso del livello di condivisione della prospettiva futura. Il giudizio è ancora tarato in un ambito di **eccellenza percepita assoluta**.

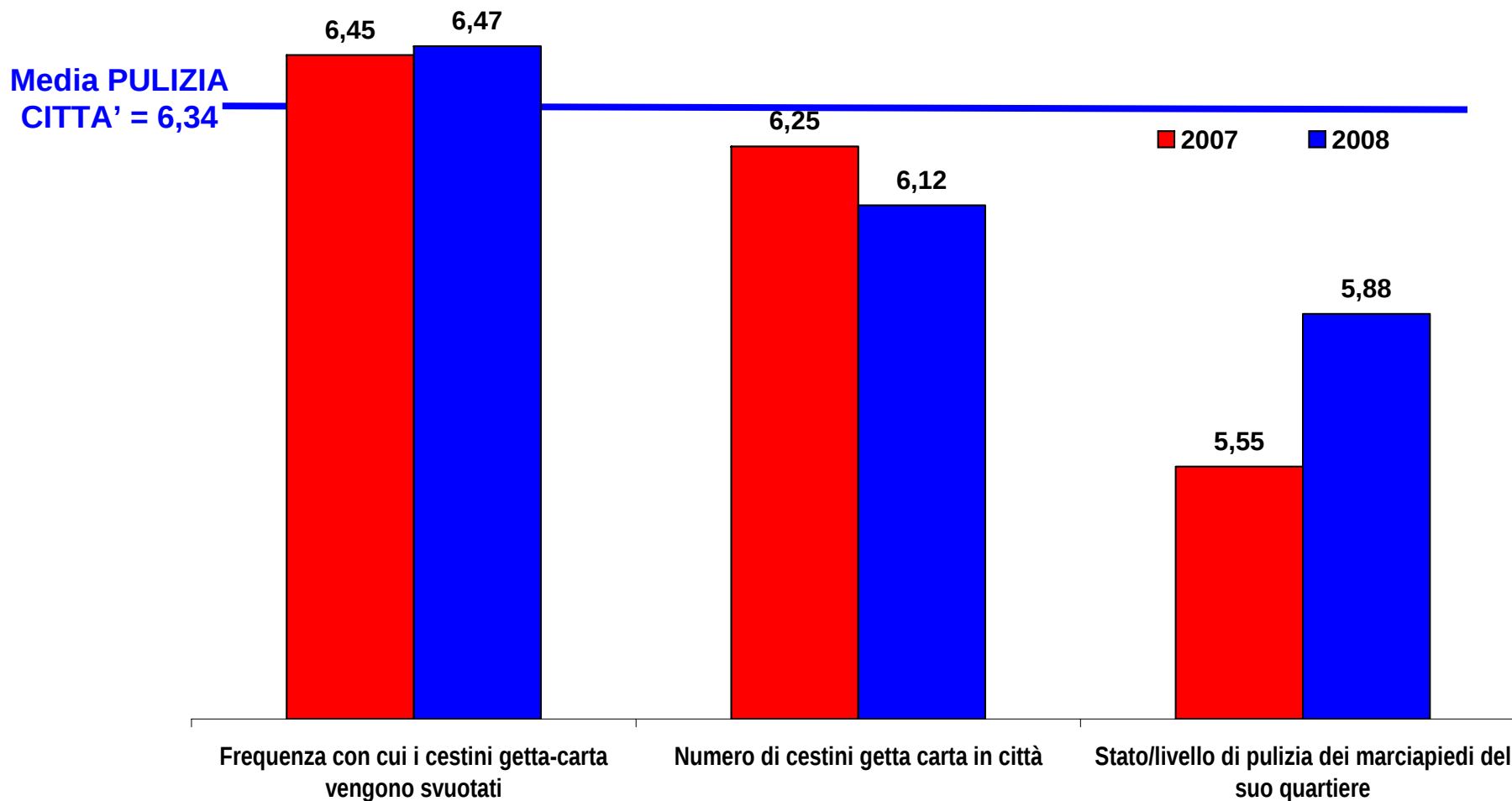
Anche in questo caso il lieve peggioramento del giudizio è bilanciato dall'accresciuta importanza percepita nei confronti del problema raccolta e smaltimento in generale.

In ogni caso, al momento **la parola d'ordine per la città di Torino è ancora "differenziare"** e su questa, nella sua genericità, si incentrano le attenzioni.

E' il segno del posizionamento attuale lungo la scala dei comportamenti virtuosi. Noi sappiamo quali livelli vogliamo raggiungere e come farlo, la città esprime disponibilità crescente ma non procede con il nostro ritmo, avanza lentamente, questo è l'anno in cui ha scoperto l'importanza di differenziare. Cosa si intende più precisamente è responsabilità di Amiat (ma certo non solo...) di aiutarli a capirlo. **È la via maestra verso il Porta a Porta ed una raccolta differenziata più spinta.** La direzione dunque è quella giusta e il premio (condiviso) è solo differito nel tempo, arriverà e sarà su questo cammino

PULIZIA DELLA CITTÀ

Esprima il suo livello di soddisfazione riguardo al servizio di pulizia della città



PULIZIA DELLA CITTÀ

Torino è una città pulita e tale rimane. Gli elementi considerati del servizio contribuiscono sia positivamente che negativamente nel determinare il giudizio complessivo medio. Certo è che se si togliesse il contributo offerto dalla (insufficiente) pulizia dei marciapiedi, il livello salirebbe ancora.

In ogni caso i marciapiedi non rappresentano una priorità crescente. Nella lettura che ha attraversato l'intero lavoro è probabile che il miglioramento percepito in merito alla loro pulizia possa almeno in parte derivare da questo spostamento di attenzione verso altri aspetti del sistema raccolta e pulizia della città.

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA STRADE

La pulizia delle strade, dopo la stagione delle olimpiadi riprende la tendenza al miglioramento. In questo caso ci troviamo in un ambito (ahinoi) ancora percepito più come servizio unilateralmente offerto che non basato su livelli di corresponsabilità evidenti. E' un fatto di sensibilità che bisognerebbe far affiorare. In ogni caso è interessante notare come la città si senta ben servita da Amiat trovando invece debole la dotazione di cestini gettacarta. A nostro avviso questo è da intendersi come uno degli effetti secondari della crescente attenzione nei confronti del tema pulizia e decoro della città e denota anche una certa sensibilità a contribuire con un po' più di attenzione. La richiesta infatti non va nella direzione di una maggiore efficienza attesa ma di più opportunità per mettere i cittadini in condizione di poter far meglio. Segnale dunque positivo.

	2006	2007	2008
<i>Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere</i>	2,79	2,50	2,61
<i>Numero di cestini getta carta in città</i>	2,68	2,72	2,68
<i>Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati</i>	2,95	2,80	2,82

PULIZIA DELLA CITTÀ

PULIZIA STRADE

Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati

La frequenza di svuotamento dei cestini non è mai sembrata in grado di condizionare significativamente la sensibilità dei cittadini in materia di pulizia della città ma, a sua volta, è percepito come un servizio molto ben dimensionato e addirittura capace di accrescer la quota di persone soddisfatte nell'ultimo anno, confermandosi su livelli di eccellenza raggiunti negli anni scorsi.

	2007		2008		Var. %	
	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media
Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	74,1%	6,46	81,4%	6,47	9,9%	0,2%
Numero di cestini getta carta in città	67,4%	6,25	66,5%	6,12	-1,3%	-2,1%
Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	55,6%	5,58	61,3%	5,88	10,3%	5,5%
Pulizia di Strade	69,6%	6,08	66,9%	6,01	-3,8%	-1,2%
Pulizia di Marciapiedi	54,1%	5,45	55,0%	5,47	1,8%	0,2%
Aree verdi	60,3%	5,75	70,4%	6,06	16,6%	5,5%
PULIZIA DEL QUARTIERE-CITTÀ	71,3%	6,26	75,6%	6,34	6,1%	1,3%

PULIZIA DELLA CITTÀ

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

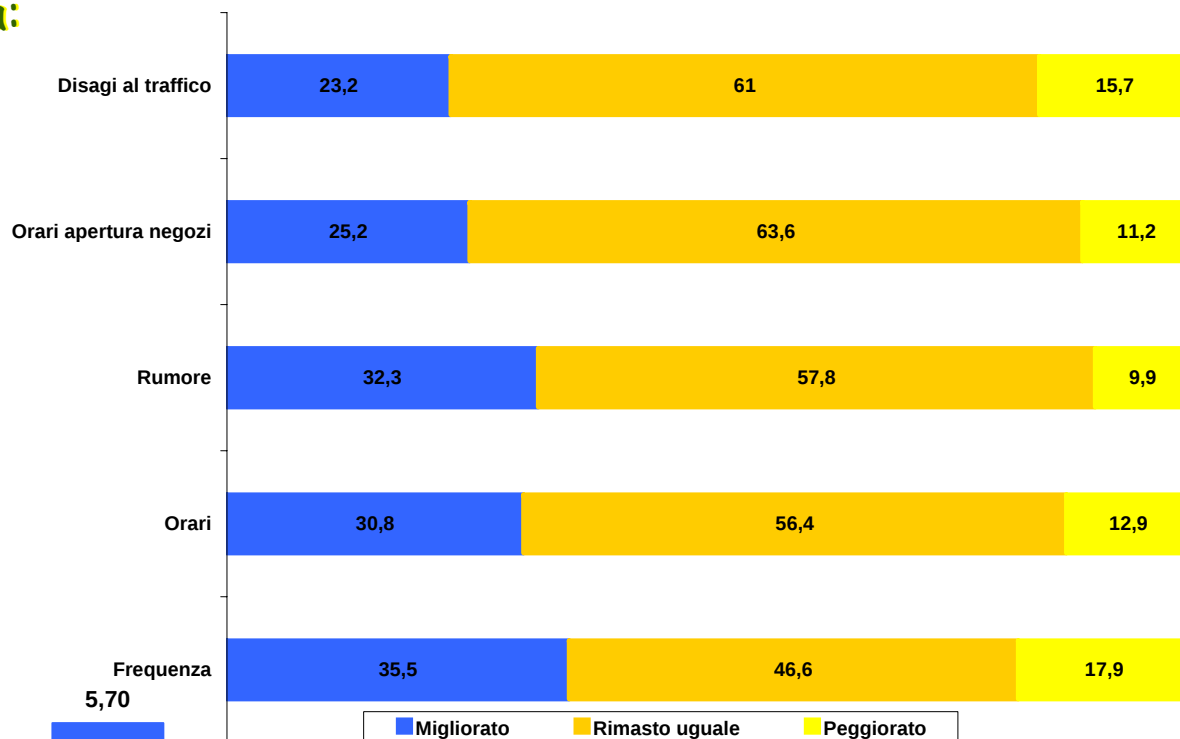
Giudizio su pulizia delle strade per Circoscrizione	Frequenza con cui i cestini getta-carta vengono svuotati	Numero di cestini getta carta in città	Stato/livello di pulizia dei marciapiedi del suo quartiere	Pulizia di Strade
1 Centro	6,67	6,52	6,39	6,00
2 S.Salvario	6,61	6,65	5,59	6,06
3 Crocetta	6,55	5,88	5,85	5,88
4 San Paolo	6,41	6,47	6,31	6,07
5 Cenisia - Cit Turin	6,67	6,50	5,42	4,94
6 San Donato	6,45	6,23	5,35	6,05
7 Aurora	5,57	4,64	4,89	5,36
8 Vanchiglia	6,27	4,69	5,52	5,55
9 Nizza - Millefonti	7,11	6,30	5,27	5,55
10 Lingotto	6,91	6,27	6,33	6,98
11 Santa Rita	6,89	6,19	6,37	6,26
12 Mirafiori Nord	6,78	6,57	6,79	6,49
13 Pozzo Strada	5,68	6,00	5,44	6,14
14 Parella	6,61	6,86	5,96	5,67
15 Le Vallette - Lucento	6,65	6,67	6,22	5,77
16 Lanzo - Mad. Campagna	6,20	5,81	5,47	5,63
17 B.ta Vittoria	6,10	6,17	5,47	5,90
18 Barriera Milano	6,56	5,79	5,19	5,85
19 Falchera - Villaretto	5,95	5,86	5,00	5,27
20 Barca - Regio Parco	6,58	4,62	6,62	5,92
21 Madonna del Pilone	6,38	5,75	5,44	6,10
22 Cavoletto - Borgo Po	7,00	5,86	7,14	6,67
23 Mirafiori Sud	6,58	6,14	6,71	7,14
Torino	6,47	6,12	5,88	6,01

PULIZIA DELLA CITTÀ

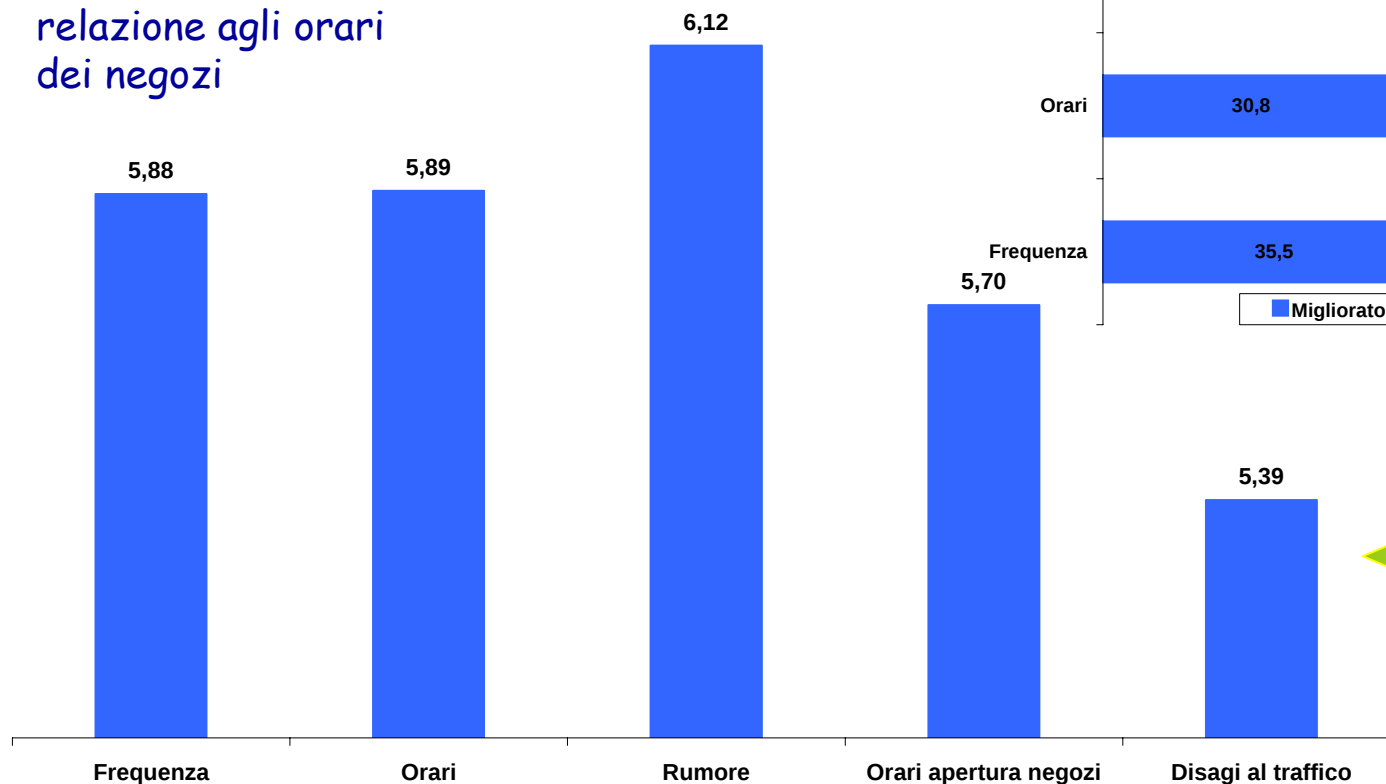
In confronto al passato, trova che il servizio di spazzamento sia migliorato, rimasto uguale o peggiorato, rispetto a:

In merito allo spazzamento tutte le voci sono percepite come migliorate. Permangono deficit sui disagi provocati al traffico e in relazione agli orari dei negozi

...in %...



...e in scala da 1 a 10



PULIZIA DELLA CITTÀ

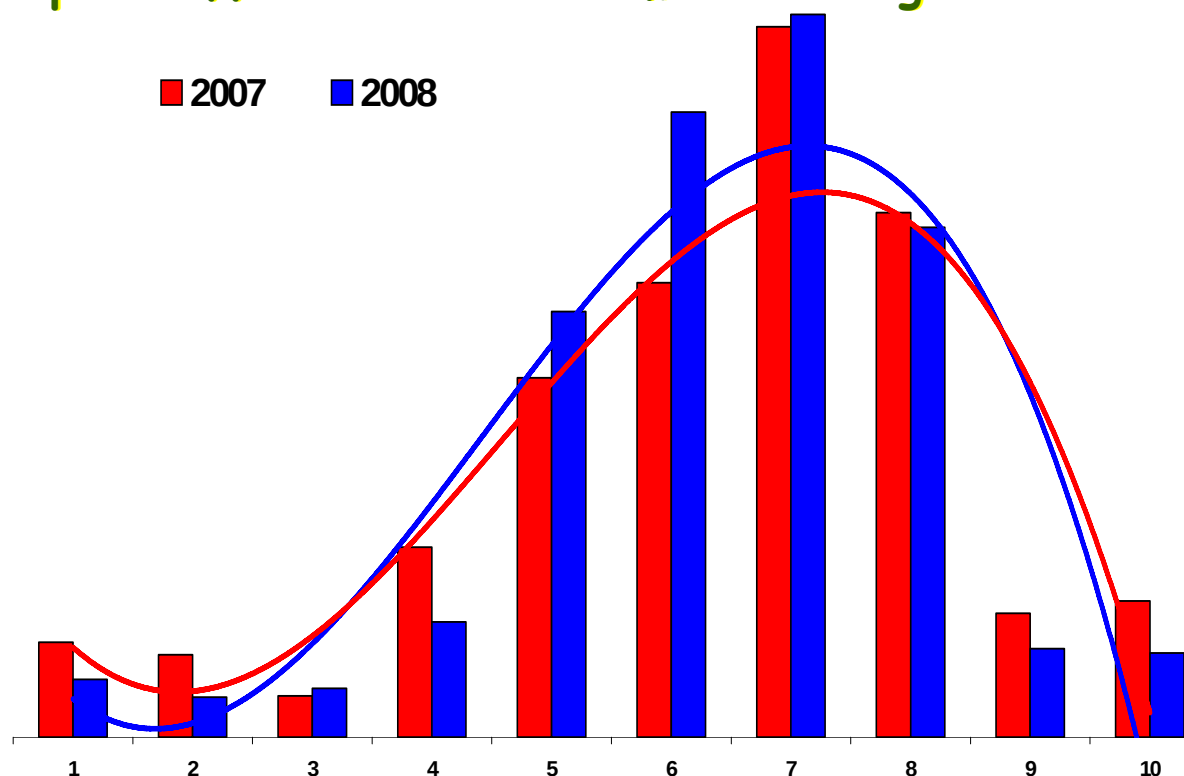
TAB - Giudizio medio dei servizi connessi alla Pulizia della Città per Quartiere

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	5,58	6,28	6,84
2	S.Salvario	6,06	5,78	5,93	5,78
3	Crocetta	5,88	5,24	6,12	6,00
4	San Paolo	6,07	5,59	6,25	6,47
5	Cenisia - Cit Turin	4,94	4,84	5,93	6,10
6	San Donato	6,05	4,97	5,77	5,60
7	Aurora	5,36	4,68	4,59	5,04
8	Vanchiglia	5,55	4,90	5,20	6,35
9	Nizza - Millefonti	5,55	4,90	6,45	6,45
10	Lingotto	6,98	6,21	7,07	6,94
11	Santa Rita	6,26	5,87	6,27	6,74
12	Mirafiori Nord	6,49	5,98	6,38	6,98
13	Pozzo Strada	6,14	5,10	5,19	6,00
14	Parella	5,67	5,17	6,18	6,30
15	Le Vallette - Lucento	5,77	5,70	6,31	6,61
16	Lanzo - Mad. Campagna	5,63	5,34	6,34	5,81
17	B.ta Vittoria	5,90	5,57	6,07	6,27
18	Barriera Milano	5,85	5,46	6,05	5,65
19	Falchera - Villaretto	5,27	4,73	5,77	5,82
20	Barca - Regio Parco	5,92	5,69	5,85	6,46
21	Madonna del Pilone	6,10	5,78	6,50	7,00
22	Cavoretto - Borgo Po	6,67	6,50	7,29	7,11
23	Mirafiori Sud	7,14	6,17	6,26	7,66
Torino		6,01	5,47	6,06	6,34

COMUNICAZIONE

Come giudica Amiat per l'efficacia con cui comunica con gli utenti

La relazione affidata alla comunicazione è senz'altro adeguata, con **tre cittadini su quattro comunque soddisfatti**. La dinamica evidenzia un accentramento dei livelli di soddisfazione con un lieve decremento della relazione con i segmenti che in precedenza l'hanno stimata meglio. L'andamento è da considerarsi un indubbio successo, perché, come ben si vede l'area centrale è quella che accoglie il maggior numero di persone, il che equivale a dire che i **cambiamenti che si ottengono in questa area esprimono la massima efficacia**. Ci sentiamo di intendere questo mutamento come la conseguenza di una accresciuta attenzione soprattutto da parte del segmento di popolazione più interessato che rappresenta l'interlocutore più competente di Amiat, il suo alleato disponibile. Tuttavia in virtù della quota che rappresenta, al momento, la **bussola ci pare correttamente orientata e non si presentano necessità di cambiamenti di rotta**.



	2007	2007	2008	2008
	% soddisfatti	media	% soddisfatti	media
Efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti	71,7%	6,37	74,7%	6,40

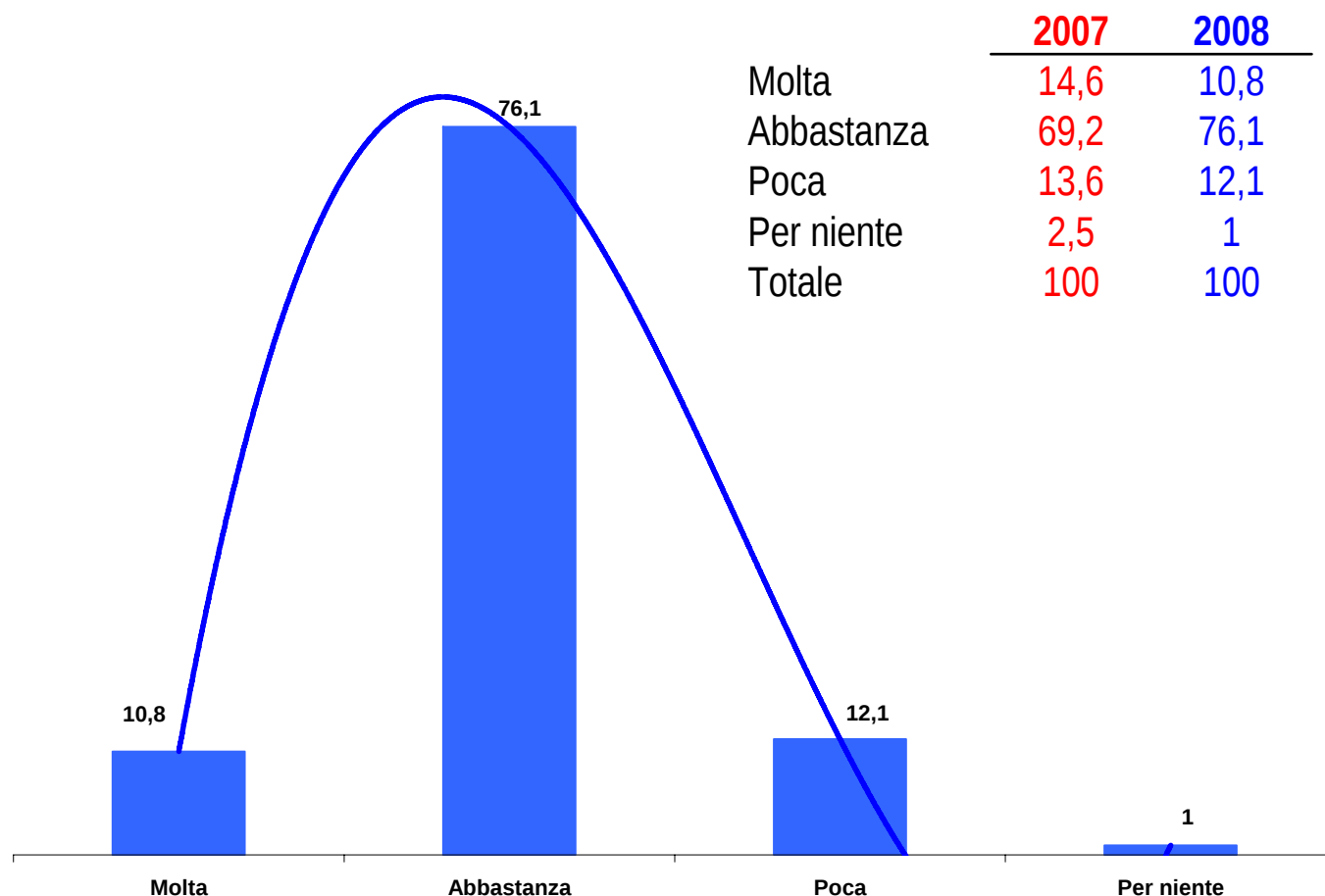
COMUNICAZIONE

TAB - Giudizio medio sul giudizio con il quale Amiat comunica con gli utenti per Quartiere

<i>Giudizio su Efficacia con cui Amiat comunica con gli utenti per</i>		2008	2007	Var. %
1	Centro	6,04	6,09	-0,9%
2	S.Salvario	5,91	6,87	-14,1%
3	Crocetta	6,14	6,35	-3,3%
4	San Paolo	7,08	6,76	4,7%
5	Cenisia - Cit Turin	6,34	5,94	6,7%
6	San Donato	6,68	5,54	20,5%
7	Aurora	5,82	6,23	-6,5%
8	Vanchiglia	6,33	6,56	-3,5%
9	Nizza - Millefonti	7,44	6,00	24,1%
10	Lingotto	6,78	7,19	-5,7%
11	Santa Rita	6,50	6,55	-0,8%
12	Mirafiori Nord	6,72	6,13	9,6%
13	Pozzo Strada	7,00	6,64	5,4%
14	Parella	6,51	6,47	0,7%
15	Le Vallette - Lucento	6,70	6,26	7,0%
16	Lanzo - Mad. Campagna	5,69	5,50	3,4%
17	B.ta Vittoria	5,39	5,79	-6,9%
18	Barriera Milano	5,67	6,58	-13,9%
19	Falchera - Villaretto	5,95	6,28	-5,2%
20	Barca - Regio Parco	7,31	7,13	2,6%
21	Madonna del Pilone	6,67	6,70	-0,5%
22	Cavoretto - Borgo Po	5,71	5,78	-1,1%
23	Mirafiori Sud	7,10	6,65	6,7%
Torino		6,40	6,37	0,5%

COMUNICAZIONE

Personalmente, lei in che misura si fida dell'azienda (voto 6,56 in scala da 1 a 10)



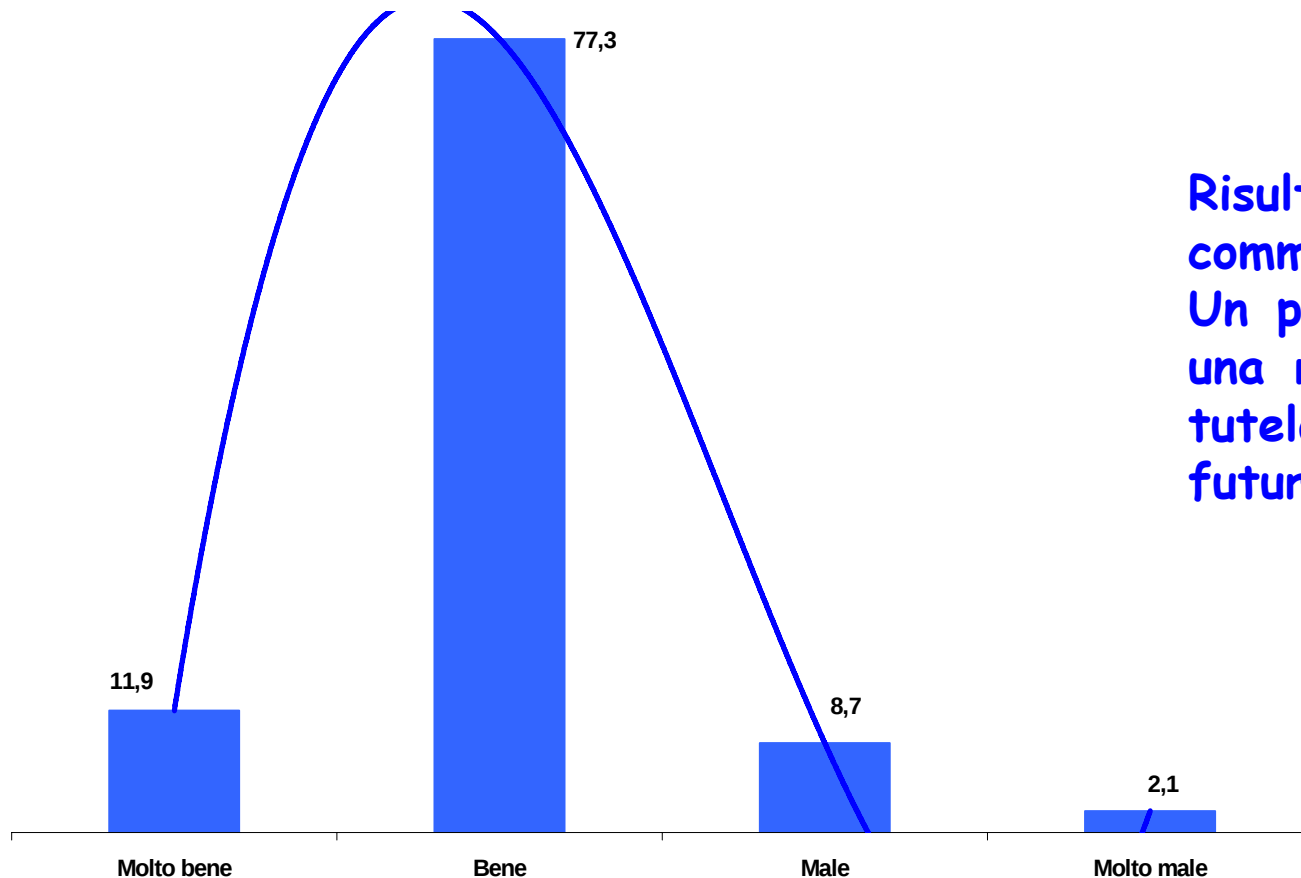
Come si vede la relazione fiduciaria segue lo stesso andamento con un forte accentramento attorno ai valori centrali (che sono comunque positivi).

Cresce l'esigenza di "testimonianze" sempre più qualificate nel segmento ieri più vicino; indicano la via della qualità certificata...

In ogni caso, soprattutto in questo momento e con le difficoltà che si presentano in futuro, questo livello di fiducia rappresenta una garanzia anche (e soprattutto) per chi amministra la città.

COMUNICAZIONE

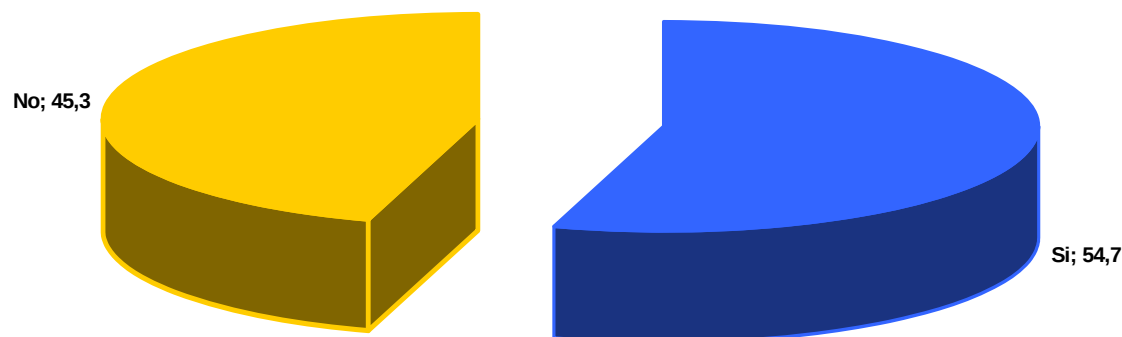
Come giudica AMIAT rispetto alla FACILITÀ DI CONTATTO con l'azienda



Risultati eccellenti che si commentano da soli.
Un primato che rappresenta una risorsa preziosa che va tutelata in vista delle sfide future.

COMUNICAZIONE

Le è mai capitato di rivolgersi al servizio clienti del Numero Verde dell'AMIAT



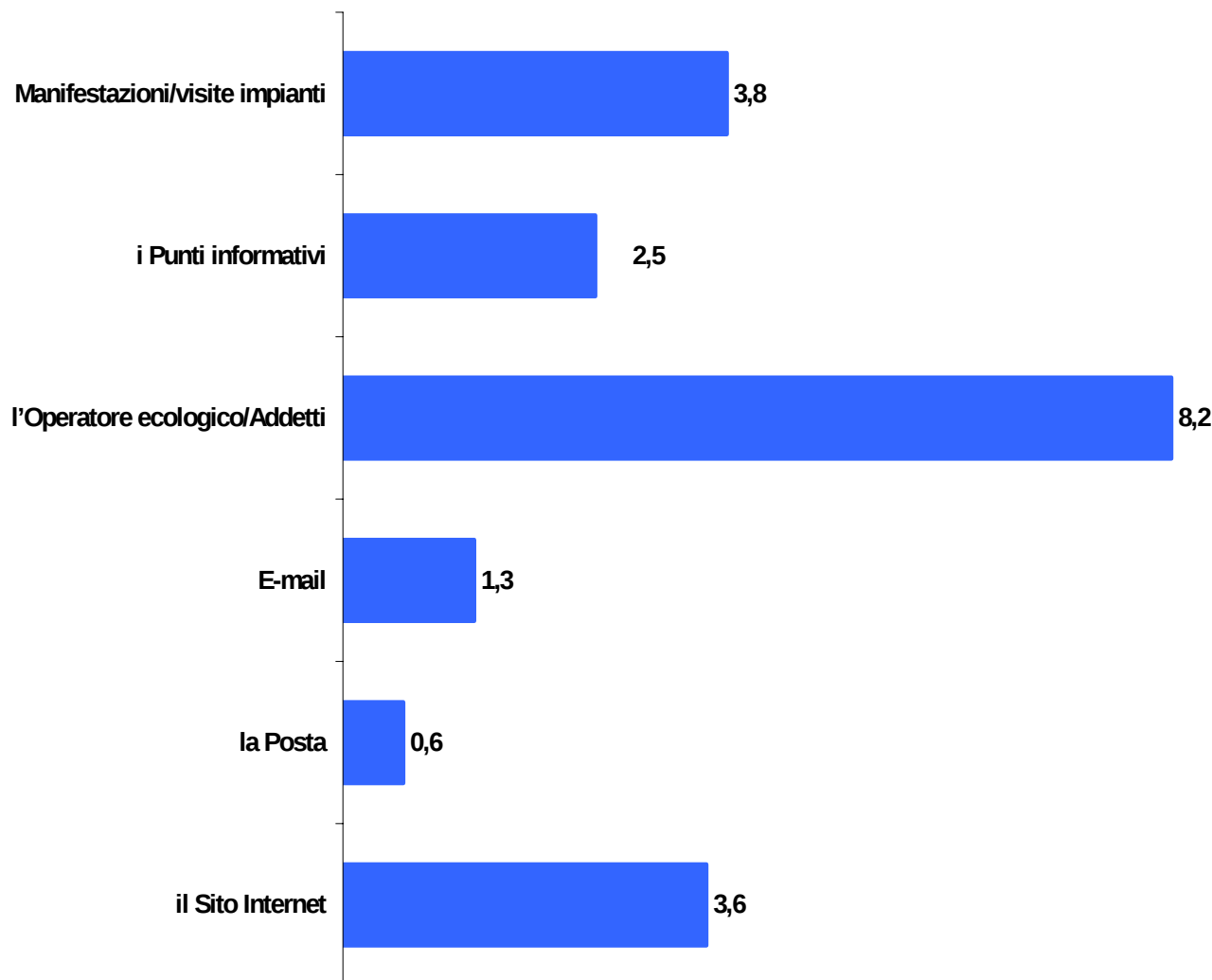
Il servizio clienti del numero verde appare decisamente frequentato; considerato il livello di qualità espressa nel rispondere alle richieste ed i modi con cui lo fa, assume il carattere di una ulteriore risorsa che contribuisce a sostenere, attraverso il lavoro che svolge, l'immagine stessa dell'azienda.

Come giudica l'esito della chiamata in termini di

	2008 % soddisfatti	2008 media
Soluzione del problema	87,1%	7,63
Capacità di venire incontro ai cittadini e di fornire informazioni chiare e complete	88,9%	7,54
Disponibilità e cortesia del personale	92,6%	7,92

COMUNICAZIONE

Le è mai capitato di comunicare con AMIAT tramite...
(incidenze percentuali)



L'operatore ecologico rappresenta una risorsa potenziale formidabile. È il vero *front office* dell'azienda. In genere la difficoltà sta nel fargli condividere con questa la missione sociale. La questione, appare complicata ma meritevole di essere approfondita all'interno della azienda. L'asse sarebbe orientato a sostenere il senso di appartenenza e fargli assumere la consapevolezza (e la responsabilità che ne consegue) di essere lui stesso il migliore *testimonial* dell'azienda presso i cittadini. Interessante rilevare i livelli di esposizione sia del sito internet che delle manifestazioni/visite, ambedue senz'altro più sostenibili sotto il profilo degli investimenti ...

COMUNICAZIONE

TAB - Giudizio medio sull'esito della chiamata al Numero Verde per Quartiere

<i>Esito della chiamata in termini di</i>	Soluzione del problema	Capacità di venire incontro ai cittadini e di fornire informazioni chiare e complete	Disponibilità e cortesia del personale	Facilità di contatto con l'azienda
1 Centro	7,67	7,75	8,17	6,67
2 S.Salvario	5,73	5,70	7,40	6,49
3 Crocetta	7,48	8,14	8,18	6,31
4 San Paolo	8,77	8,10	8,57	6,81
5 Cenisia - Cit Turin	7,95	8,20	8,45	7,26
6 San Donato	8,21	7,85	8,00	7,18
7 Aurora	6,45	6,09	6,64	6,21
8 Vanchiglia	8,33	7,83	8,00	6,67
9 Nizza - Millefonti	8,60	7,75	8,33	7,33
10 Lingotto	8,31	7,36	7,44	7,24
11 Santa Rita	7,84	8,05	8,27	6,67
12 Mirafiori Nord	7,69	7,85	8,12	6,75
13 Pozzo Strada	8,15	8,38	8,65	7,06
14 Parella	8,33	8,09	8,49	7,54
15 Le Vallette - Lucento	7,63	7,67	8,50	6,47
16 Lanzo - Mad. Campagna	6,56	6,50	7,11	6,00
17 B.ta Vittoria	5,76	6,06	6,59	5,87
18 Barriera Milano	7,53	7,27	7,73	6,08
19 Falchera - Villaretto	7,00	6,67	7,07	6,11
20 Barca - Regio Parco	7,78	7,56	7,78	6,67
21 Madonna del Pilone	6,33	7,17	7,00	7,22
22 Cavoletto - Borgo Po	6,40	6,60	6,25	4,00
23 Mirafiori Sud	7,19	7,31	8,06	6,14
Torino	7,63	7,54	7,92	6,63

Queste poche righe integrano quanto commentato nelle diverse sezioni della rilevazione. Anche se solitamente la customer si limita alla restituire dei dati ordinati delle opinioni espresse, tuttavia ci preme recuperare alcune considerazioni essenziali introdotte con le indagini condotte in precedenza.

Era nostra convinzione, ed ancora rimane, che stimare l'andamento delle diverse fasi in cui viene scomposto il servizio erogato possa esporre al rischio di acquisire una percezione più che imprecisa della realtà dei fatti osservati (compresa la valutazione sul lavoro).

Questo tipo di indagini si basa sostanzialmente sulla capacità che si ha di rilevare i cambiamenti dei giudizi (gradimento) che la popolazione bersaglio esprime in merito al servizio ricevuto. L'attenzione ricade sempre sulla correttezza del metodo, sulla rappresentatività del campione ecc..., insomma sullo strumento di indagine. Tuttavia ponendo solo attenzione alle variazioni rilevate si perde di vista l'aspetto dinamico degli umori e delle sensibilità della comunità indagata, ovvero gli elementi che possono cambiare il giudizio anche in presenza di prestazioni costanti. Se pure è vero che questi cambiamenti vengono comunque "compresi" nel risultato, è altrettanto vero che ignorando le cause ci si preclude una comprensione più profonda del fenomeno osservato.

Sarebbe come misurare il fondo del mare stando su una barca su di esso galleggiante e da qui misurare ogni anno le modificazioni del fondale senza tener conto delle variazioni delle maree che alzano ed abbassano noi e la nostra barchetta.

L'esempio equipara la marea alle variazioni degli umori della popolazione rispetto al servizio esaminato. Questa questione naturalmente assume rilevanza diversa in base ai diversi settori di applicazione, sicuramente è significativa in materia di servizi ambientali.

Non si tratta di considerazioni accademiche ma di doverose precisazioni proprio per qualificare meglio i giudizi raccolti nell'ambito del lavoro che viene qui presentato.

L'idea originaria era quella di lavorare attorno ai mutamenti di sensibilità ambientale dei diversi segmenti della comunità torinese, per approfondirne la conoscenza in funzione della condivisione delle responsabilità e della saldatura di un Patto basato su obiettivi comuni. Troppo evidente è infatti l'impossibilità di chiunque di poter provvedere a raccogliere e smaltire rifiuti senza la collaborazione dei cittadini.

Nessun altro tema è, come quello ambientale, esposto a cambiamenti non solo di opinioni ma anche di atteggiamenti e di stili di vita. Il passaggio verso stili di vita ecologicamente più sostenibili, prima ancora che come dovere, si imporrà come necessità assoluta. Pur nell'incertezza dei risultati tutti saremo obbligati a fare i conti con una riduzione della produzione di rifiuti, dei consumi di beni ambientali e di qualunque tipo di emissioni inquinante.

*Naturalmente come tutti fenomeni sociali, le modificazioni non saranno indotte dai ripetuti allarmi degli scienziati quanto dagli sbalzi emotivi **indotti** da eventi clamorosi... è stato questo l'anno del caso dei rifiuti di Napoli con annesso sciame di effetti diffusi su prodotti alimentari, ricadute economiche, salute ecc...*

Le comunità più grandi inserite in sistemi complessi appaiono più fragili ed in esse introdurre (o adottare) contromisure richiede sforzi maggiori e comunque è sempre affare complicato e complesso.

Gli effetti di questi mutamenti affiorano anche nella nostra indagine ed il commento che segue risponde appunto al tentativo di cercare di dare un senso più vicino al vero di alcuni di questi aspetti. In sostanza ci si sforza di tener conto, nel valutare i cambiamenti rilevati dalle misurazioni effettuate con il palo dalla barca nel mare/comunità torinese, anche delle variazioni delle maree, che appunto cominciano ad assumere livelli senz'altro incidenti.

Dunque, confermato che i dati sono riportati nella loro forma più essenziale per permettere il tradizionale confronto su base storica, nelle poche righe che seguono ci permettiamo di integrarne il commento assumendo questo particolare punto di vista.

Il **2007** per Torino è stato **l'anno della raccolta differenziata**. La rimonta dei rifiuti e dell'ambiente nei palinsesti televisivi comincia a produrre i suoi primi effetti; la gente si accorge che i rifiuti esistono, che potrebbero farsi minacciosi e vorrebbe imparare a maneggiarli con più cura. *Pinocchio non vende più l'abecedario per andare a scuola ma vorrebbe comprarlo per imparare a leggere e scrivere*. In questo Amiat incassa il premio per la lungimiranza dimostrata nell'aver approntato le copie necessarie per soddisfare la prima ondata di richieste.

Fuori di metafora è evidente che i **cittadini si apprestano a misurarsi con un problema che Torino già era avvezza a gestire**; diciamo che il **livello di preoccupazione, di allerta, nel corso del lavoro lo abbiamo più volte chiamato di attenzione, tra i cittadini torinesi sale**.

Torino, e la gente sembra esserne consapevole, **non dovrà affrontare una emergenza rifiuti**, ma ha bisogno della collaborazione dei suoi cittadini per gestire durevolmente la situazione al meglio. Tuttavia, nonostante i livelli di eccellenza relativa raggiunti e consolidati nel tempo rispetto alle altre città con cui è chiamata a confrontarsi, **una parte della comunità comincia a porsi nuove domande**. Quello che **sta cambiando è la crescente consapevolezza di essere un attore in campo** e non un cliente pagante. Sale il livello di consapevolezza che a buon diritto evoca l'espressione *cittadinanza attiva*.

Amiat in questa fase incassa il credito nel tempo maturato grazie ad un lavoro che la città ha sempre stimato serio e apprezzato. Cresce il livello di fiducia e si apprezza il lavoro condotto per spiegare, informare, aiutare a capire, anche quando c'era meno interesse. In sostanza Amiat si è rivelata lungimirante e ora può cominciare a prepararsi a gestire il Patto con la città che appare più pronta ad ascoltare.

Tuttavia quella che abbiamo chiamato **attenzione non è ancora sensibilità ambientale certificata**, ma solo un primo incerto segnale di disponibilità.

La questione è come si può trasformare l'attenzione in disponibilità ad adottare buoni comportamenti, a condividere le responsabilità e la *mission sociale* che la città consegna ad Amiat (ma che non è certo solo di Amiat).

Il livello di "competenza" in materia di rifiuti espresso dalla comunità torinese è ancora contenuto, abbastanza se confrontato alle altre realtà consimili, ma primitivo rispetto agli obiettivi ed alle prospettive che si presentano di fronte all'intero Paese.

In ogni caso, come si è più volte ripetuto nel corso del lavoro, l'impressione è che alcune valutazioni siano state sensibilmente influenzate dall'onda di cambiamenti emotivi (la marea), che ha attraversato (anche) la comunità torinese.

In genere si è riscontrata la **tendenza verso un contenimento dei giudizi a fronte di un innalzamento della priorità** dell'azione esaminata. In questo caso ci assumiamo pienamente la responsabilità di stabilire un nesso causale tra fattori che semplicemente appaiono correlati tra loro, stabilendo il primato della priorità su quello del giudizio: Nella nostra analisi l'accresciuta importanza del fattore considerato porta con sé maggiori aspettative, facile è migliorarsi in cose secondarie ma è su quelle rilevanti che si consuma la sfida ed è attorno a queste che si domanda di concentrare gli sforzi per migliorare il servizio.

Tuttavia la marea emotiva montante raramente sostiene le scelte più lungimiranti ed opportune, le stesse ambizioni si tarano su quello che si riesce a intravedere nell'incertezza di una consapevolezza illuminata e ancor meno di una conoscenza scientifica. In questo senso potremmo dire che siamo **all'anno zero dei rifiuti**, quello del risveglio illuminato che tuttavia richiede ancora esercizio, buona volontà e pratica. **Il problema dei rifiuti, finalmente assunto a priorità percepita**, è stato ricondotto al problema della raccolta differenziata (peraltro portandosi dietro l'imbarazzante fraintendimento che la raccolta dell'indifferenziato sia una specie di servizio diverso). La questione, sia chiaro è da intendersi come un evidente passo in avanti che consegna ad Amiat nuove responsabilità (non a caso i cittadini giudicano il servizio meno adeguato rispetto a prima, pur non essendo nelle modalità di raccolta cambiato).

La raccolta differenziata è la Grande Onda dell'anno 2007 di Torino, il buco nero che addirittura fa scomparire anche la molto più efficace e virtuosa raccolta Porta a Porta che rappresenta il secondo stadio evolutivo per l'intera città.

Ecco, il cammino da fare è racchiuso nella distanza che separa questi due metodi di raccolta, che poi rappresentano due diversi gradi di consapevolezza e due stadi evolutivi. Lo sforzo consiste nel convincere la città che siamo su un sentiero obbligato e che la strada giusta guarda passa dal Porta a Porta, prima ci si arriva meglio è.

Paradossalmente la questione si complica proprio nel momento in cui la **sensibilità (allerta) cresce**, in quanto ancora non si è ad un livello di maturità tale da poter forzare le tappe, mentre le aspettative di buoni risultati aumentano. Non a caso in quello che avrebbe potuto rappresentare un anno di eccellenza assoluta per Amiat, i risultati migliori si riscontrano invece solo nelle azioni percepite come meno importanti e purtroppo anche poco incidenti sul giudizio complessivo (vd. per es. la questione delle aree verdi).

La bussola per orientarsi nell'analizzare i risultati ce la fornisce la slide che presenta lo *scatter* con i giudizi incrociati con le priorità percepite. Per ottenere un giudizio fondato non dovremmo considerare solo gli scostamenti sull'asse delle ascisse che riportano i "voti" ottenuti rispetto all'anno passato, dovremmo invece incrociarli con gli spostamenti avvenuti sull'asse delle priorità.

In tal modo otteniamo **un nuovo indice** che integra e fonda in un unico valore sintetico i due pesi restituendoci la stima **dell'efficienza reale percepita espressa dall'azienda**. È quello che compare nella slide 11 (e che ribadisce il primato della raccolta differenziata).

Ciò detto l'impressione è che adesso finché non si riavvicina la strategia dell'azienda con la percezione della città su cosa sia più opportuno fare la fatica di promuovere il Porta a Porta torna di nuovo, intera, sulle spalle dell'azienda, mentre la città invoca performance eccellenti in materia di differenziata. E' un insuccesso? Tutt'altro, di nuovo si pone la **questione di come gestire la relazione** ed in questo caso torna centrale il ruolo dell'area della comunicazione e della relazione con il cittadino/cliente.

Abbiamo già detto che a nostro avviso la **direzione di marcia dell'azienda è corretta**, si tratta di **stimare risorse disponibili e calibrare tempi e sforzi per arrivare all'appuntamento con serenità senza farsi prendere dall'impazienza**, si tratta di lavorare da una parte attorno a quella che la città percepisce come la priorità assoluta, dall'altra preparare il terreno per il passaggio al modello successivo, più adeguato, più impegnativo, più... necessario.

Si tratta di scelte strategiche che non possono non tener conto del fatto che al momento l'efficienza percepita è condizionata per il 68% dal giudizio sulla raccolta differenziata, la quale si rivela anche il servizio più efficace per accrescere la sensibilità ambientale dei cittadini. Tuttavia, al contempo, bisogna anche prepararsi ad un rapido abbandono a seguito di una urgenza percepita più impellente vederla superare.

Purtroppo sull'efficienza percepita pesano anche servizi che si erogano unilateralmente, nel senso che su questi la collaborazione del cittadino incide in misura più contenuta, su tutti la pulizia delle strade, attività che non può passare in nessun caso in secondo piano, mentre le aree verdi, pur migliorate nel giudizio offrono un contributo accessorio.