



**LE INDAGINI SULLA SODDISFAZIONE DEI
CITTADINI PER I SERVIZI PUBBLICI LOCALI
(*CUSTOMER SATISFACTION 2009*)**

Relazione del Presidente dell' Agenzia per i servizi pubblici locali del Comune di Torino

16 marzo 2009, Sala delle Colonne - Palazzo civico, Torino

INDICE

<i>Dall'opportunità alla necessità di effettuare indagini di customer satisfaction</i>	<i>p. 1</i>
<i>Chi le commissiona: il ruolo dell'Agenzia per i servizi pubblici locali del comune di Torino</i>	<i>p. 1</i>
<i>Chi svolge le indagini di customer satisfaction</i>	<i>p. 2</i>
<i>Chi paga le indagini di customer satisfaction</i>	<i>p. 3</i>
<i>Conclusioni</i>	<i>p. 4</i>

Dall'opportunità alla necessità di effettuare indagini di *customer satisfaction*

La programmazione di indagini sulla soddisfazione dei cittadini per i servizi pubblici locali è stata autorevolmente sollecitata come opportuna, nel corso degli ultimi anni.

Già dal 2007 il presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato aveva rilevato l'opportunità che si organizzassero rilevazioni periodiche del grado di soddisfazione degli utenti. Parimenti, nel disegno di legge cd "Lanzillotta", in discussione quell'anno, era previsto che "la soddisfazione degli utenti debba essere periodicamente verificata mediante l'esame dei reclami e mediante indagini e sondaggi di mercato".

Ma dalla legge finanziaria per il 2008 tale previsione è diventata obbligatoria. Il nostro ordinamento prevede ora, infatti, l'obbligo dell'inserimento, in tutti i contratti di servizio tra concedente e gestore, di un meccanismo di monitoraggio e verifica sulla qualità dei servizi erogati, basato sulla consultazione e il dialogo con gli utenti (legge 24 dicembre 2007, n. 244, art. 2, comma 461).

Chi le commissiona: il ruolo dell'Agenzia per i servizi pubblici locali del comune di Torino

Le indagini che oggi presentiamo possono essere coordinate da soggetti diversi, che sono portatori di interessi a volte convergenti, a volte divergenti, sui risultati ivi contenuti: le aziende, gli organi esecutivi del comune, gli azionisti, i portatori di interessi collettivi o diffusi. Tra questi soltanto gli ultimi, ovvero i cittadini, e i loro rappresentanti, si trovano nella posizione di poter commissionare tali ricerche senza correre il rischio di sentirsi insieme utenti e gestori, valutati e valutatori.

Lo stesso presidente dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato ha rilevato l'importanza che il coordinamento di queste indagini venga rimesso "non al gestore ma secondo modalità da definirsi da parte dell'amministrazione affidante", restando auspicabile che l'affidante

individui “organi indipendenti e specializzati, cui venga demandato il controllo della qualità dei servizi, nella misura in cui questo possa contribuire ad evitare casi di conflitto di interesse”.

A questo proposito Torino si trova in una situazione particolarmente avanzata e privilegiata rispetto ad altre città italiane, in quanto non da oggi, bensì dal 1997, il Consiglio comunale aveva già previsto quell’organo indipendente, obiettivo e specializzato “cui venga demandato il controllo della qualità dei servizi”, la cui istituzione auspicano l’Autorità garante per la concorrenza e il mercato e il Parlamento.

Nasce infatti nel 1997 l’Agenzia per i servizi pubblici locali del Comune di Torino, che vede tra i suoi compiti statutari, fino dal primo anno di costituzione, quello di monitorare il “grado di soddisfazione dell’utenza” (Statuto dell’Agenzia, art. 3, comma 1).

Conseguentemente, anche nel suo ultimo programma di attività 2007-2011, coincidente con il mandato dell’amministrazione comunale, è previsto lo svolgimento annuale di “indagini sul gradimento da parte dei cittadini, o *customer satisfaction*.”

Chi svolge le indagini di *customer satisfaction*

Dopo aver esaminato chi sarebbe opportuno che commissioni le indagini di *customer satisfaction* e chi lo ha fatto a Torino in questa e altre occasioni, è altrettanto importante stabilire ora chi le svolge.

Si ritiene che la scelta migliore debba preferire soggetti in grado di incorporare i caratteri di istituzionalità, indipendenza e alta specializzazione.

Requisiti che troviamo riscontrati nell’Osservatorio del Nord ovest, centro di ricerca interdisciplinare dell’Università di Torino, grazie al quale sono state condotte le indagini degli ultimi anni e che ha effettuato anche per quella che viene oggi presentata e pubblicata.

Chi paga le indagini di *customer satisfaction*

Decidere chi sostiene i costi delle indagini di *customer satisfaction* è un particolare non irrilevante, che coinvolge aspetti pratici determinanti.

Sembrirebbe opportuno, in prima battuta, che siano gli enti concedenti a sostenere i costi. Ma, a ben vedere, questa soluzione metterebbe i comuni medio - piccoli (e a quelli anche grandi, quando stretti nelle maglie sempre più strette di bilanci caratterizzati dall’obiettivo di tagli crescenti alle spese) nelle condizioni di limitarsi a mere dichiarazioni d’intenti. L’ipotesi di un nuovo prelievo specifico, d’altro canto, non incontrerebbe certamente ampi consensi.

Una soluzione percorribile è stata suggerita dalla legge finanziaria per il 2008, laddove essa ha previsto che tutte le attività di monitoraggio e verifica finalizzate a valutare la qualità dei servizi

pubblici locali “siano finanziate con un prelievo a carico dei soggetti gestori del servizio, predeterminato nel contratto di servizio per l’intera durata del contratto stesso” (legge 24 dicembre 2007, n. 244, art. 2, comma 461).

L’Agenzia ha voluto anche in questo caso precorrere i tempi, anticipando questa stessa soluzione in una convenzione stipulata già nel 2007 con le aziende erogatrici dei servizi a rete (AEM Torino Distribuzione, IRIDE SERVIZI, SMAT), la quale ha previsto che le domande della serie storica dell’Agenzia venissero pagate dalle concessionarie. AMIAT e GTT, che all’epoca avevano già avviato le loro indagini interne, condividono anch’esse questo accordo a partire da quest’anno.

Ma non solo: AMIAT e GTT, che erogano i servizi con l’impatto forse più visibile e avvertito dai cittadini nella loro vita quotidiana, hanno collaborato nell’effettuazione di un confronto, o *benchmarking*, tra due altre grandi città. Tutte le domande poste ai nostri concittadini sono state infatti rivolte a un campione analogo di cittadini di Milano e Roma e tutte le risposte sono state confrontate tra di loro, oltre che con quelle date dai torinesi negli anni precedenti.

Per ottimizzare i costi le aziende hanno deciso di unire al nostro i sondaggi di *customer satisfaction* da loro tradizionalmente svolti, affidandoli a uno stesso ente di ricerca, l’Osservatorio del Nord ovest, con il fine anche di conseguire risparmi grazie alle economie di scala generate.

La messa in comune delle domande ha generato l’ulteriore effetto di ampliare la quantità e l’approfondimento degli aspetti sottoposti a indagine, arricchendo in questo modo gli spunti di valutazione offerti tanto al Consiglio Comunale quanto alle aziende.

Conclusioni

In conclusione, l’Agenzia per i servizi pubblici locali del Comune di Torino è particolarmente lieta di presentare oggi i risultati di questa indagine sulla soddisfazione dei cittadini per i servizi pubblici locali di Torino. Insieme alle aziende e all’Osservatorio del Nord Ovest. La soddisfazione poggia su almeno tre buone ragioni.

Primo, perché questo è il sesto rapporto che viene pubblicato. La successione storica dei dati ci permette quindi di vedere come sia cambiata la soddisfazione degli utenti nel tempo e ci consente di operare confronti e valutazioni sulle politiche dei servizi e le loro gestioni. Ci spinge inoltre ad affermare che il ricorso all’opinione dei cittadini e la loro valutazione di quanto viene amministrato, per loro conto, è ormai diventata, nella nostra città, una buona abitudine, parte integrante della cultura della gestione della cosa pubblica.

Secondo, perché l’analisi nel tempo dei risultati evidenzia in molti casi una soddisfazione in aumento, il cui segno positivo è ancora più evidente quando comparato con le risposte degli abitanti

di Milano e Roma; segno questo che i gestori si stanno assumendo il compito di coltivare la crescita qualitativa e di salutare come benefico il confronto con le percezioni sulla qualità degli utenti, invece di rifiutare o di sottoporre a molti distinguo l'ascolto di quello che è il messaggio semplice e chiaro che arriva da chi utilizza i servizi. In casi come questi la società a controllo pubblico manifesta una sensibilità e un orientamento alla centralità del servizio al cittadino e all'incremento costante della sua qualità, più che l'aumento del fatturato e del profitto, che ci conforta e che ci spinge a ringraziare le nostre aziende pubbliche e a incoraggiarle a proseguire in questa direzione. Segno questo, peraltro, di quanto sia semplificatoria, ed anche mistificante, una retorica che indica il settore pubblico come per forza inefficiente e poco attento alle domande dei cittadini, a fronte di un'astratta e tutta da dimostrare migliore attitudine ad erogare servizi di qualità a prezzi minori da parte delle imprese private.

Terzo, perché ci sentiamo legittimamente soddisfatti del lavoro svolto. Non tanto per il risultato in sé, quanto perché con esso ci sembra di aver ottemperato al mandato ricevuto dal Consiglio Comunale, il quale necessita di strumenti di valutazione che gli consentano di esercitare efficacemente i poteri di indirizzo e controllo sui servizi pubblici locali, di sua esclusiva prerogativa. Soltanto l'esercizio effettivo di questi poteri può infatti garantire una crescita costante della qualità dei servizi, dell'orientamento al cittadino da parte delle aziende, dell'affezione degli utilizzatori, della soddisfazione reciproca di gestori e utenti.