
10. L'accessibilità dei servizi

L'accessibilità può essere intesa come una specificazione del principio di universalità, recentemente richiamato dal *Libro Bianco sui servizi di interesse generale*¹, in termini di grado di copertura del servizio rispetto al territorio e di grado di accessibilità fisica. A tale riguardo l'Agenzia ha sviluppato alcune metodologie di misurazione con riferimento al servizio di trasporto urbano, di cui si presentano i risultati nel primo paragrafo di questo capitolo. A questa nozione, per certi versi tradizionale, del concetto di accessibilità, se ne aggiunge un'altra

che riguarda prevalentemente l'aspetto del rapporto degli utenti, anche nella più estesa accezione di cittadinanza, con le imprese erogatrici dei servizi pubblici. Tale rapporto, grazie all'innovazione tecnologica nelle modalità di erogazione dei servizi pubblici è profondamente mutato e richiede specifiche modalità di valutazione, di cui in questo capitolo si offrono alcuni esempi, riassumendo i risultati di alcuni studi sui *contact center* e sui siti *web* condotti nel corso dell'anno.

10.1 L'accessibilità fisica dei servizi: una misura della disponibilità della rete per il servizio di trasporto pubblico

Il tema dell'accessibilità al servizio di trasporto pubblico locale rappresenta un argomento di interesse significativo dal momento che investe molteplici sfere della qualità della vita del cittadino: mobilità, accesso ai servizi, distribuzione del tempo. L'argomento diventa ancora più rilevante

in un contesto metropolitano come quello romano in cui si stanno sviluppando con rapidità nuovi quartieri in periferia. Tali zone ad alta densità abitativa devono essere raggiunte il prima ed il meglio possibile dal servizio pubblico affinché il pendolarismo casa/lavoro non gravi ulteriormente sulle già

¹ COM (2004) 374, 2004.

congestionate arterie stradali e venga incentivato l'utilizzo del mezzo pubblico a discapito del mezzo privato.

Gli importanti temi dell'accessibilità e della disponibilità di servizio pubblico sono stati dunque affrontati per mezzo di una ricerca condotta per conto dell'Agenzia da parte della società di ricerche di mercato T.M.T. Pragma.

La ricerca è stata realizzata con l'obiettivo di analizzare l'offerta di servizio dal punto di vista della domanda ovvero privilegiando l'ottica dei cittadini. Questo obiettivo è stato perseguito valutando la disponibilità di mezzi sia in termini quantitativi che qualitativi per comprendere come essa possa soddisfare i clienti (effettivi e potenziali) in termini di distribuzione sul territorio, popolazione servita, varietà dell'offerta.

Per la realizzazione della ricerca è stato estratto un campione di 1.500 indirizzi dallo stradario romano: l'estrazione è avvenuta per singola Zona Urbanistica e, conseguentemente, per singolo Municipio in modo proporzionale alla popolazione residente aggiornata al dicembre 2003. La numerosità è stata determinata al fine di garantire accuratezza alla lettura dei risultati a livello municipale, assegnando al Municipio meno popoloso (il Municipio III) 30 punti di campionamento, base minima per una lettura attendibile.

Per quanto riguarda invece l'offerta, essa comprende:

- le 8.129 paline ove effettuano fermate le linee di trasporto pubblico urbano (dato aggiornato al 31/12/2004);
- le stazioni delle linee di metropolitana (27 lungo la linea A e 22 lungo la linea B);
- le stazioni delle linee ferroviarie regionali gestite dalla società Met.Ro. (24 lungo la Roma – Pantano, 13 lungo la Roma – Lido, 12 lungo la Roma – Viterbo, nella sola tratta urbana Flaminio – Prima Porta);
- le stazioni delle linee ferroviarie gestite da Trenitalia nelle rispettive tratte interne al Comune:
 - FR1 Orte – Fiumicino Aeroporto;
 - FR2 Tivoli – Roma Tiburtina;
 - FR3 Viterbo/Cesano – Roma Ostiense;
 - FR4 Albano/Frascati/Velletri – Roma Termini;
 - FR5 Civitavecchia – Roma Termini;
 - FR6 Frosinone – Roma Termini;
 - FR7 Latina - Roma Termini;
 - FR8 Nettuno – Roma Termini.

Per mezzo dell'utilizzo del software MapPoint Europa 2004, gli archivi della domanda (indirizzi) e dell'offerta (paline e stazioni) sono stati caricati su una dettagliata cartografia. Su tutti i 1.500 punti si è quindi proceduto alla ricerca, quantificazione

e qualificazione dell'offerta in un intorno del punto di raggio pari a 300 metri, misura scelta convenzionalmente in quanto indicativa di un percorso pedonale compreso tra i 300 ed i 425 metri, distanza che mediamente può essere coperta in circa 5 minuti.

In funzione dell'esito di tale ricerca sono state seguite logiche diverse:

- qualora nel cerchio di raggio pari a 300 metri fosse stata rilevata almeno una palina/stazione, la ricerca è stata ristretta al cerchio di raggio pari a 200 metri;
- qualora nel cerchio di raggio pari a 300 metri non fosse stata rilevata alcuna palina/stazione, la ricerca è stata estesa al cerchio di raggio pari a 500 metri;
- qualora anche nel cerchio di raggio pari a 500 metri non fosse stata rilevata alcuna palina/stazione, si è ulteriormente allargata la ricerca al cerchio di raggio pari a 600 metri.

Applicando la percentuale di punti serviti alle diverse distanze alle popolazioni residenti per singolo Municipio (Tav. 10.1 e Fig. 10.1), è stato possibile osservare come le zone centrali siano ottimamente servite, ma sono anche quelle meno densamente popolate poiché vi si concentrano le attività commerciali e gli uffici e solo una minoranza degli edifici è dedicata a residenze private. Inoltre le zone centrali sono quelle in cui convergono tutte le linee provenienti dai diversi radianti in cui è possibile dividere idealmente la città.

Dal momento che nelle ricerche condotte non si è tenuto conto di un puntuale percorso verso un obiettivo, ma del semplice raggiungimento di una fermata/stazione dove potersi avvalere del servizio di trasporto pubblico, indipendentemente dalle direzioni o dalle mete raggiungibili a partire da tali punti, si è ritenuto importante analizzare ulteriormente l'offerta in termini quantitativi dal momento che maggiore è il numero di paline/stazioni rilevate nelle vicinanze dei punti, maggiore è anche il numero di mete raggiungibili a partire da tali posizioni. Anche in questo caso il sistema adottato per la ricerca alle differenti distanze è quello descritto in precedenza: è stata data priorità alla ricerca nel cerchio di raggio 300 metri; nel caso di reperimento di almeno una palina è stata effettuata la ricerca anche nel cerchio di raggio più piccolo (200 metri), viceversa la ricerca è stata estesa ai cerchi di raggi più grandi (500 e 600 metri) (Tav. 10.2).

Questa nuova modalità di analisi dei dati ha rilevato che laddove l'offerta è presente è anche significativamente diffusa: il numero medio di paline/stazioni in prossimità dei punti è infatti piuttosto elevato anche nei Municipi periferici. Dai risultati

emerge inoltre con chiarezza come restringendo il cerchio dai 300 ai 200 metri di raggio anche la disponibilità di paline/stazioni tenda mediamente a dimezzarsi. Più difficile trarre conclusioni sulle relazioni alle distanze più grandi (500 e 600 metri) a causa del limitato numero di osservazioni utili. Interessante comunque osservare come molto

frequentemente, in presenza di punti non serviti alle diverse distanze, la ricerca continui, senza portare ad esiti positivi neppure oltre la fascia dei 600 metri. Si evince da ciò che dove la criticità esiste è decisamente significativa e tende difficilmente a risolversi anche ampliando lo spettro della ricerca.

Tav. 10.1 Popolazione servita alle diverse distanze

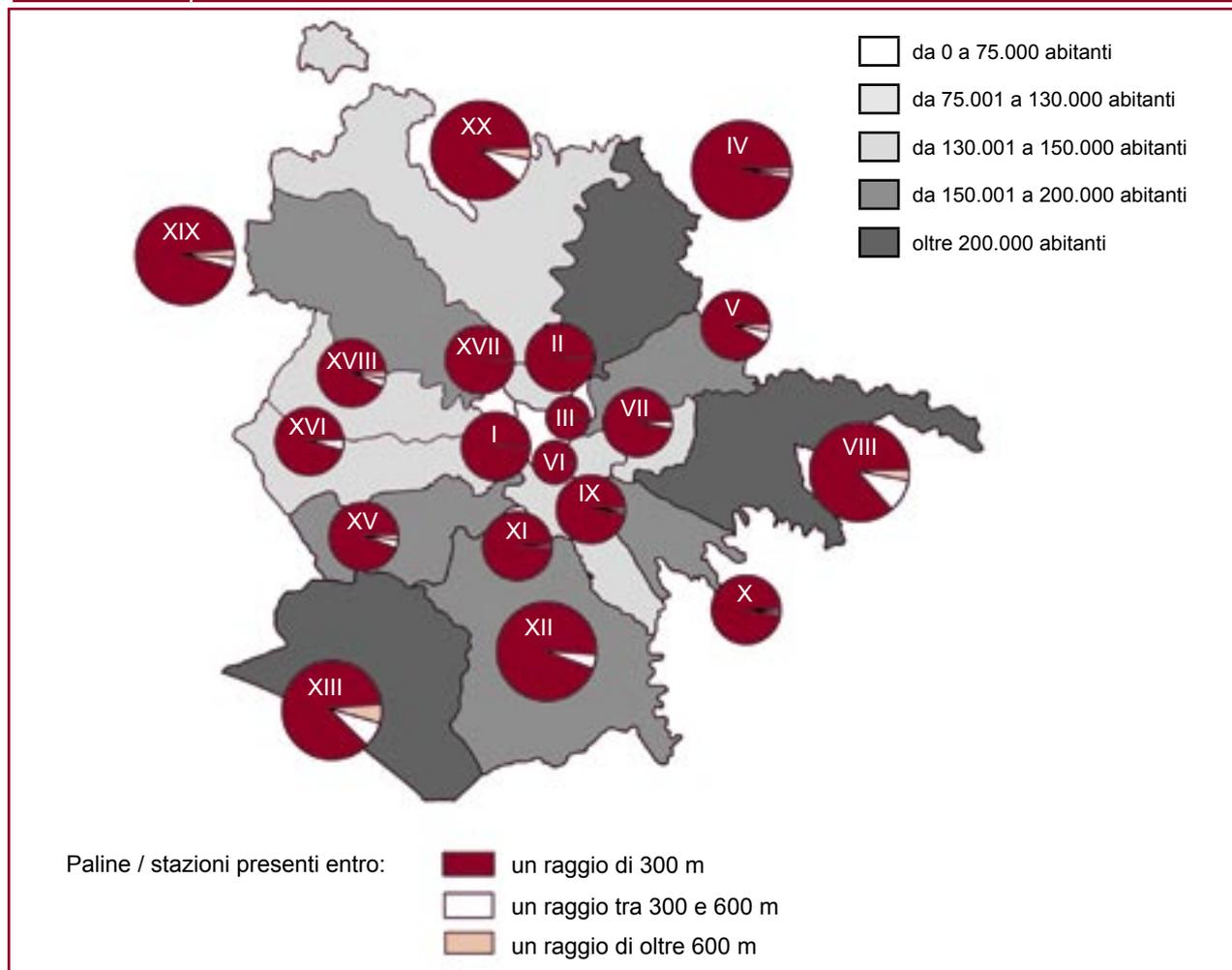
Valori assoluti e percentuali

| Municipio | 200 m. | | 300 m. | | 500 m. | | 600 m. | | > 600 m | |
|--------------------|------------------|-------------|----------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|---------------|------------|
| | V.A. | % | V.A. | % | V.A. | % | V.A. | % | V.A. | % |
| I | 114.259 | 93,8 | 7.492 | 6,2 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| II | 116.328 | 93,9 | 7.505 | 6,1 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| III | 56.272 | 100,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| IV | 185.978 | 91,7 | 9.299 | 4,6 | 3.720 | 1,8 | 0 | 0,0 | 3.720 | 1,8 |
| V | 154.814 | 83,8 | 18.652 | 10,1 | 7.461 | 4,0 | 0 | 0,0 | 3.730 | 2,0 |
| VI | 119.864 | 92,8 | 7.491 | 5,8 | 1.873 | 1,4 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| VII | 113.787 | 91,0 | 9.327 | 7,5 | 1.865 | 1,5 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| VIII | 149.183 | 73,4 | 22.377 | 11,0 | 24.242 | 11,9 | 0 | 0,0 | 7.459 | 3,7 |
| IX | 123.712 | 94,3 | 5.623 | 4,3 | 1.874 | 1,4 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| X | 154.768 | 85,6 | 18.647 | 10,3 | 1.865 | 1,0 | 1.865 | 1,0 | 3.729 | 2,1 |
| XI | 134.824 | 97,3 | 3.745 | 2,7 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| XII | 138.649 | 83,1 | 20.610 | 12,4 | 5.621 | 3,4 | 0 | 0,0 | 1.874 | 1,1 |
| XIII | 145.011 | 72,2 | 31.605 | 15,7 | 13.014 | 6,5 | 1.859 | 0,9 | 9.296 | 4,6 |
| XV | 131.014 | 85,4 | 13.101 | 8,5 | 5.615 | 3,7 | 0 | 0,0 | 3.743 | 2,4 |
| XVI | 115.438 | 79,5 | 22.343 | 15,4 | 7.448 | 5,1 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| XVII | 73.896 | 100,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 | 0 | 0,0 |
| XVIII | 123.897 | 91,7 | 3.754 | 2,8 | 5.632 | 4,2 | 0 | 0,0 | 1.877 | 1,4 |
| XIX | 163.542 | 90,7 | 7.434 | 4,1 | 3.717 | 2,1 | 1.858 | 1,0 | 3.717 | 2,1 |
| XX | 114.429 | 77,2 | 15.007 | 10,1 | 13.131 | 8,9 | 0 | 0,0 | 5.628 | 3,8 |
| Comune Roma | 2.429.495 | 86,7 | 224.089 | 8,0 | 97.105 | 3,5 | 5.602 | 0,2 | 44.818 | 1,6 |

Fonte: Indagine Agenzia - T.M.T. Pragma, 2005.

Fig. 10.1

Presenza di paline/stazioni alle diverse distanze
distribuzione in classi - valori percentuali



Nell'analisi dell'offerta di servizio pubblico bisogna tenere conto che quest'ultimo può essere espletato attraverso modalità tra loro decisamente differenti in termini di carico, frequenza, accesso. Per questo motivo, dopo l'analisi quantitativa, è stata condotta sui dati un diverso tipo di elaborazione, a carattere qualitativo, per tentare di discriminare tra i diversi tipi di servizio offerto alla popolazione romana.

In questo caso l'attenzione è stata puntata sull'offerta nel raggio di 300 metri, ricordando l'importanza di questo riferimento convenzionale fondata sull'equiparabilità con un percorso pedonale di 5 minuti circa.

Il servizio di trasporto pubblico è stato segmentato in:

1. linee 'diurne': sono state così definite le linee tramviarie, le urbane, le esatte e le Express;

2. linee 'standard': corrispondono alle precedenti, escludendo le Express;

3. linee Express;

4. linee notturne;

5. linee della metropolitana;

6. linee ferroviarie regionali gestite dalla società Met.Ro.;

7. linee ferroviarie gestite da Trenitalia.

I risultati di questa analisi dell'offerta (Tav. 10.3) hanno condotto alle seguenti conclusioni:

- in tutti i Municipi risultano maggiormente diffuse le linee su gomma rispetto a quelle su ferro;
- la distribuzione per Municipio esalta il primato del Municipio I ove si attestano la maggior parte delle linee, sia diurne che notturne e dove è possibile reperire anche stazioni di tutte le linee su ferro;

Tav. 10.2 Numero medio di paline/stazioni alle diverse distanze

| Municipio | Indicatori | N° paline/stazioni nel raggio di 300 m | N° paline/stazioni nel raggio di 200 m (solo se presenti nel raggio di 300 m) | N° paline/stazioni nel raggio di 500 m (solo se non presenti nel raggio di 300 m) | N° paline/stazioni nel raggio di 600 m (solo se non presenti nel raggio di 500 m) |
|---------------|-----------------|--|---|---|---|
| I | Media | 10,95 | 4,74 | - | - |
| | N° punti | 65 | 65 | - | - |
| II | Media | 8,97 | 4,27 | - | - |
| | N° punti | 66 | 66 | - | - |
| III | Media | 11,03 | 4,83 | - | - |
| | N° punti | 30 | 30 | - | - |
| IV | Media | 8,37 | 4,13 | 5,50 | 0,00 |
| | N° punti | 109 | 105 | 4 | 2 |
| V | Media | 6,40 | 3,28 | 4,00 | 0,00 |
| | N° punti | 99 | 93 | 6 | 2 |
| VI | Media | 8,46 | 3,82 | 11,00 | - |
| | N° punti | 69 | 68 | 1 | - |
| VII | Media | 8,00 | 3,82 | 1,00 | - |
| | N° punti | 67 | 66 | 1 | - |
| VIII | Media | 4,29 | 2,55 | 4,18 | 0,00 |
| | N° punti | 109 | 92 | 17 | 4 |
| IX | Media | 10,61 | 5,30 | 4,00 | - |
| | N° punti | 70 | 69 | 1 | - |
| X | Media | 6,85 | 3,39 | 1,00 | 0,33 |
| | N° punti | 97 | 93 | 4 | 3 |
| XI | Media | 8,03 | 4,20 | - | - |
| | N° punti | 74 | 74 | - | - |
| XII | Media | 6,17 | 2,92 | 3,00 | 0,00 |
| | N° punti | 89 | 85 | 4 | 1 |
| XIII | Media | 5,79 | 3,11 | 2,23 | 0,67 |
| | N° punti | 108 | 95 | 13 | 6 |
| XV | Media | 6,37 | 3,27 | 4,00 | 0,00 |
| | N° punti | 82 | 77 | 5 | 2 |
| XVI | Media | 7,40 | 3,50 | 6,25 | - |
| | N° punti | 78 | 74 | 4 | - |
| XVII | Media | 11,55 | 5,23 | - | - |
| | N° punti | 40 | 40 | - | - |
| XVIII | Media | 8,72 | 4,53 | 9,75 | 0,00 |
| | N° punti | 72 | 68 | 4 | 1 |
| XIX | Media | 6,58 | 3,43 | 2,80 | 2,00 |
| | N° punti | 97 | 92 | 5 | 3 |
| XX | Media | 4,85 | 2,77 | 3,60 | 0,00 |
| | N° punti | 79 | 69 | 10 | 3 |
| Totale | Media | 7,44 | 3,72 | 3,95 | 0,41 |
| | N° punti | 1500 | 1421 | 79 | 27 |

Fonte: Indagine Agenzia - T.M.T. Pragma, 2005.

- mentre le linee su gomma sono maggiormente presenti nei Municipi centrali, quelle su ferro tendono a concentrarsi verso l'esterno della città e le periferie di più recente sviluppo. Quasi ovunque però l'offerta ferroviaria risulta insufficiente se tradotta in termini di carichi di linea e di utenti effettivi;
- anche per quanto riguarda le stazioni delle due linee della metropolitana, l'accesso risulta insufficiente, non raggiungendo molte aree della città: questa situazione è già ben nota nel panorama del trasporto pubblico romano e rappresenta un nodo di discussione attuale che potrebbe essere parzialmente sanato grazie ai progetti in corso relativi alle linee C e D;
- per quanto concerne infine le linee Express e le Notturme le conclusioni sono invece decisamente più positive dal momento che risulta evidente una cura del gestore nel tentativo di garantire queste tipologie di servizio ai residenti di quasi tutti i Municipi.

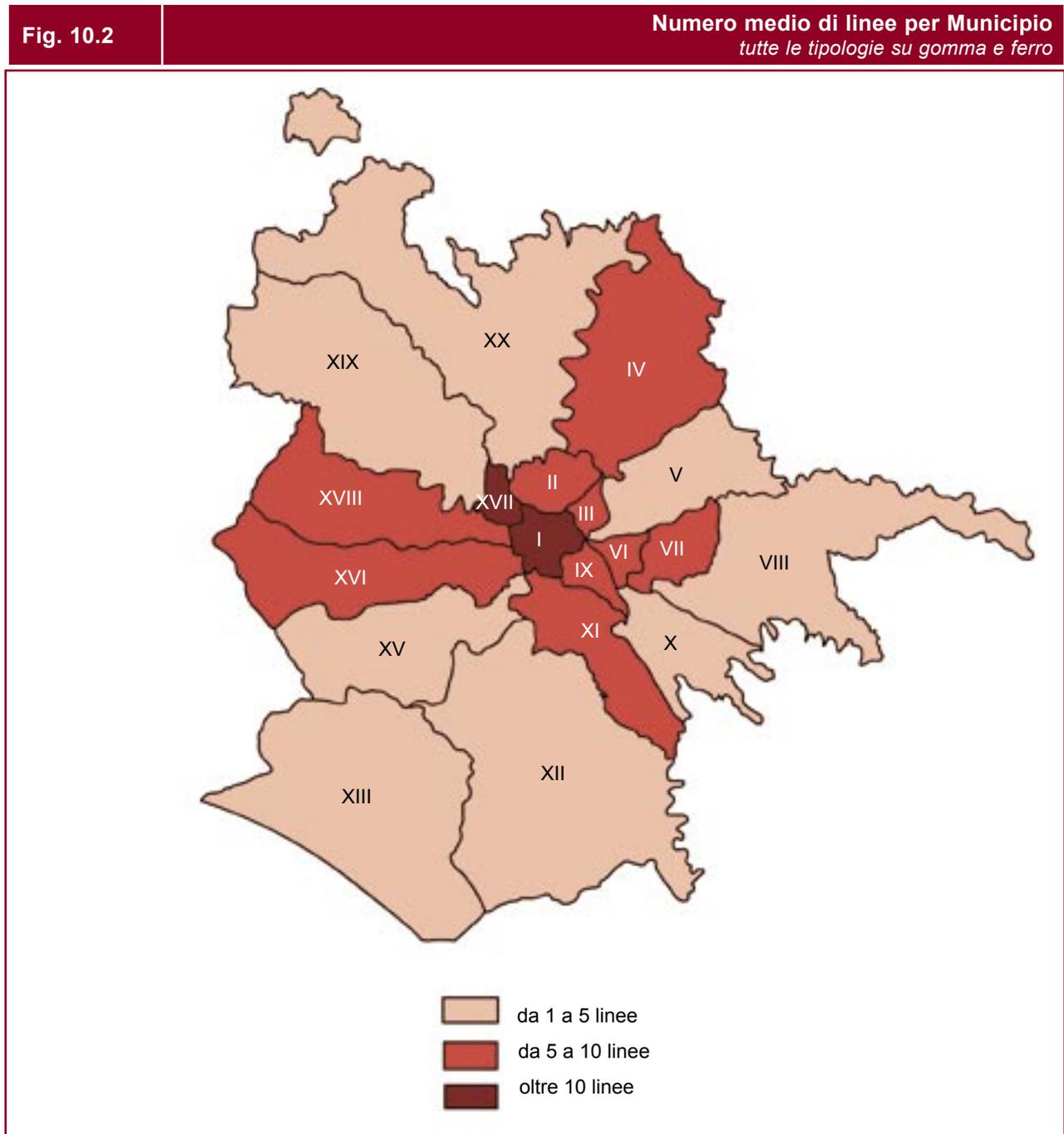
Tav. 10.3 Numero medio di linee per tipologia

| Municipio | Totale | Linee diurne (Standard-Express) | Linee Standard (Urbane-Tram-Esafte) | Linee Express | Linee Notturme | Stazioni Metropolitana | Stazioni Ferrovie in concessione | Stazioni Trenitalia | Totale ferro |
|---------------|-------------|---------------------------------|-------------------------------------|---------------|----------------|------------------------|----------------------------------|---------------------|--------------|
| I | 16,71 | 13,65 | 12,34 | 1,31 | 2,77 | 0,22 | 0,03 | 0,05 | 0,29 |
| II | 7,86 | 7,06 | 6,62 | 0,44 | 0,74 | 0,00 | 0,06 | 0,00 | 0,06 |
| III | 9,53 | 7,57 | 7,07 | 0,50 | 1,80 | 0,17 | 0,00 | 0,00 | 0,17 |
| IV | 6,71 | 6,09 | 5,47 | 0,62 | 0,59 | 0,00 | 0,00 | 0,03 | 0,03 |
| V | 4,65 | 4,10 | 3,89 | 0,21 | 0,38 | 0,16 | 0,00 | 0,00 | 0,16 |
| VI | 6,23 | 5,36 | 5,20 | 0,16 | 0,64 | 0,00 | 0,20 | 0,03 | 0,23 |
| VII | 7,12 | 6,55 | 6,46 | 0,09 | 0,49 | 0,00 | 0,06 | 0,01 | 0,07 |
| VIII | 2,83 | 2,41 | 2,35 | 0,06 | 0,28 | 0,00 | 0,12 | 0,01 | 0,13 |
| IX | 6,93 | 5,84 | 5,83 | 0,01 | 0,69 | 0,30 | 0,01 | 0,09 | 0,40 |
| X | 4,33 | 3,79 | 3,74 | 0,05 | 0,30 | 0,24 | 0,00 | 0,00 | 0,24 |
| XI | 5,30 | 4,35 | 4,23 | 0,12 | 0,82 | 0,05 | 0,00 | 0,07 | 0,12 |
| XII | 4,45 | 4,07 | 3,81 | 0,26 | 0,35 | 0,01 | 0,02 | 0,00 | 0,03 |
| XIII | 3,39 | 3,25 | 3,25 | 0,00 | 0,09 | 0,00 | 0,05 | 0,00 | 0,05 |
| XV | 4,78 | 4,05 | 4,02 | 0,02 | 0,68 | 0,00 | 0,00 | 0,05 | 0,05 |
| XVI | 5,17 | 4,33 | 4,21 | 0,13 | 0,74 | 0,00 | 0,00 | 0,09 | 0,09 |
| XVII | 13,08 | 10,58 | 9,75 | 0,83 | 2,10 | 0,38 | 0,00 | 0,03 | 0,40 |
| XVIII | 8,94 | 7,96 | 7,47 | 0,49 | 0,68 | 0,19 | 0,00 | 0,11 | 0,31 |
| XIX | 4,95 | 4,31 | 4,30 | 0,01 | 0,53 | 0,00 | 0,00 | 0,11 | 0,11 |
| XX | 3,39 | 2,86 | 2,86 | 0,00 | 0,51 | 0,00 | 0,03 | 0,00 | 0,03 |
| Totale | 6,04 | 5,23 | 4,99 | 0,24 | 0,67 | 0,08 | 0,03 | 0,03 | 0,14 |

Fonte: Indagine Agenzia - T.M.T. Pragma, 2005.

Anche graficamente (Fig. 10.2) è evidente come la distribuzione delle linee, siano esse su ferro o

su gomma, privilegia i Municipi centrali ed alcuni radianti.



Concludendo, l'impianto di ricerca impostato per questo lavoro rappresenta un sistema piuttosto innovativo nell'ambito delle ricerche che vengono comunemente condotte nel campo della mobilità;

l'utilizzo sempre più diffuso di *software* dedicati all'analisi territoriale ha infatti raramente trovato in precedenza un punto di congiunzione con analisi di carattere più prettamente statistico che adottano

criteri di selezione delle unità di tipo probabilistico ed analisi che fondano la loro consistenza su dati sociodemografici. La novità qui introdotta è insita dunque nell'aver messo insieme due punti di vista fino ad oggi considerati come scarsamente correlati: da un lato l'analisi spaziale e dall'altro l'analisi demografica. Il nuovo modo di relazionare le dimensioni della domanda e dell'offerta è stato

qui applicato al tema dell'accessibilità al servizio di trasporto pubblico, ma nell'impostare metodologicamente questo impianto è apparso evidente come questo modello possa essere esteso a temi diversi da quello della mobilità ed in particolare a tutto quanto concerne l'accessibilità ai servizi in genere.

10.2 L'accessibilità commerciale dei servizi pubblici locali

L'attività normativa degli ultimi anni² che istituisce gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico è tesa a privilegiare aspetti quali la pubblicità e la trasparenza dell'azione amministrativa.

La crescente domanda di qualità nei servizi ha portato al superamento della vecchia logica comunicativa, basata sull'utilizzo di mezzi formali (quali moduli o formulari), a vantaggio del dialogo e dell'interazione diretta. Grazie ad una maggiore consapevolezza della necessità di reimpostare il dialogo con i cittadini, maturata anche a livello dirigenziale, si sono diffuse nella Pubblica Amministrazione e nel settore dei servizi pubblici modalità di contatto alternative che sfruttano le nuove opportunità rese disponibili dall'innovazione tecnologica.

Accanto ai tradizionali strumenti come il telefono e il fax si sono aggiunti nuovi canali di accesso ai servizi: siti *web*, posta elettronica e sportelli virtuali.

Il ricorso a differenti canali di accesso permette di personalizzare le modalità con le quali si preferisce di entrare in contatto con l'erogatore di servizio pubblico. Da tutto ciò discende un beneficio immediato ovvero la possibilità di scelta in funzione delle proprie caratteristiche e del proprio bisogno.

È indubbio che le fasce di utenza più privilegiate saranno quelle più propense a sperimentare le nuove tecnologie. Ma proprio per questo occorre non perdere di vista l'utente/cliente che ancora si serve di modalità "classiche" come lo sportello

fisico e il telefono.

In definitiva la combinazione di due importanti fattori quali l'utilizzo delle nuove tecnologie e l'attenzione alle esigenze dei cittadini, può realmente contribuire al miglioramento della qualità dei servizi. Per raggiungere questo importante obiettivo è necessario da parte degli amministratori sia una costante politica di investimento, che una predisposizione a considerare la tecnologia come strumento per il cambiamento.

È in questo contesto che L'Agenzia ha effettuato nel biennio 2004-2005 due indagini tese a evidenziare lo stato dell'arte dei servizi di informazione e assistenza resi dai *contact center* e attraverso i siti *web* di alcune tra le aziende del Gruppo Comune di Roma.

Nel primo caso si è cercato di indagare i più importanti fattori caratterizzanti il servizio: l'accessibilità al *contact center*, la qualità del contatto con gli utenti e la qualità delle risposte fornite mettendo a confronto i risultati ottenuti sia tra le aziende di servizio capitolino sia con quanto emerso da una analoga indagine condotta nel 2003.

Nel secondo caso l'Agenzia ha effettuato uno studio sul livello di offerta dei servizi *on line*. Partendo da un approccio comparativo, e sulla base di una metodologia di benchmark, sono state osservate le esperienze a livello nazionale ed europeo delle attività di informazione, assistenza, ascolto dell'utenza, nonché di erogazione di specifiche prestazioni *on line* da parte delle aziende di servizi pubblici.

² Si fa riferimento all'emanazione della Legge 7 agosto 1990, n. 241, recentemente novellata dalla Legge 11 febbraio 2005, n. 15, e al Decreto Legislativo 3 febbraio 1993, n. 29,

10.3 L'accessibilità commerciale dei servizi: un'analisi dei *contact center*: Acea, Ama, Atac e Sta

Lo studio delle modalità con le quali l'azienda rende disponibili ai cittadini le informazioni sul servizio erogato rappresenta un importante strumento per poter valutare una delle componenti che qualificano l'accessibilità al servizio stesso. In relazione a questo contesto l'Agenzia ha avviato nel corso del 2003 una ricognizione comparativa dello stato dell'arte dei servizi di informazione e di assistenza telefonica resi dai *contact center* delle aziende del Gruppo Comune di Roma più significative in termini di "contatto" con i cittadini (Acea S.p.A., Ama S.p.A., Atac S.p.A., Sta S.p.A., Servizio chiamaroma 060606 limitatamente alle informazioni di I livello fornite sulla Ta.Ri. – Tariffa Rifiuti).

Lo scopo che si è voluto raggiungere è stato duplice: da un lato, si sono presentati i risultati di un sistema di valutazione che prevedeva, oltre ai classici aspetti relativi alle performance tecniche, anche quelli legati alle performance organizzative e strutturali; dall'altro, si intendeva evidenziare le buone pratiche emerse nel corso dell'indagine e suggerire una serie di requisiti che un servizio di *contact center* deve necessariamente possedere per soddisfare gli standard di servizio.

Alla luce di quanto emerso nel corso della prima indagine, pubblicata nel mese di aprile 2004, si è ritenuto opportuno ripetere ad un anno di distanza tale attività di analisi limitandola tuttavia ai soli aspetti legati alle performance tecniche considerando l'approfondimento degli aspetti organizzativi e strutturali più appropriato in un orizzonte temporale più ampio.

10.3.1 Metodologia adottata e standard di riferimento

Il lavoro ha riguardato la verifica dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi utilizzando la tecnica del "*mystery call*" (simulazione di cliente fantasma) effettuando nei mesi di novembre-dicembre 2004 più di 450 rilevazioni distribuite in maniera omogenea nel corso della giornata e della settimana. I rilevatori si sono serviti di prospetti predefiniti costruiti su specifici parametri di rilevazione. In particolare è stata sviluppata una struttura di indicatori di qualità fondata su una piramide gerarchica in cui i macrofattori della qualità (indicatori di primo livello) sono caratterizzati da ulteriori fattori (indicatori di secondo livello) che a loro volta si concretizzano in elementi di valutazione quali-quantitativi di ciascun aspetto del servizio (Tav. 10.5). Per ciascuno degli indicatori di terzo livello è stata introdotta una griglia di valutazione secondo una scala numerica 0-100, in misura proporzionale al grado di aderenza allo standard di riferimento tendenziale da raggiungere. Il passaggio dal terzo al secondo livello e successivamente al primo livello, ha previsto l'introduzione di fattori di ponderazione relativi al grado di importanza che ciascun fattore rappresenta rispetto all'erogazione del servizio. Il risultato finale è quindi un valore numerico compreso tra 0 e 100: per consentire una più agevole interpretazione dei dati è stata introdotta una chiave di lettura simbolica dei valori numerici ottenuti per ciascuno dei fattori di primo livello (Tav. 10.4).

Tav. 10.4 Assegnazione dei punteggi e formulazione del giudizio sintetico finale

| | Intervallo punteggio | Definizione |
|-----|----------------------|---|
| + | 91 - 100 | Risponde pienamente agli standard tendenziali da raggiungere |
| +/□ | 76 - 90 | Risponde in misura sostanzialmente adeguata gli standard tendenziali da raggiungere |
| □ | 61 - 75 | Risponde sufficientemente agli standard tendenziali da raggiungere |
| □/- | 41 - 60 | Risponde solo in minima parte agli standard tendenziali da raggiungere |
| - | 0 - 40 | Non risponde agli standard tendenziali da raggiungere |

Tav. 10.5 Livelli di servizio quantitativi e qualitativi

| INDICATORI I LIVELLO | INDICATORI II LIVELLO | INDICATORI III LIVELLO | STANDARD TENDENZIALI DA RAGGIUNGERE | |
|---|---|--|--|---|
| 1. Accessibilità al <i>contact center</i> | 1. Reperibilità | 1. Mezzi utilizzati per pubblicizzare il servizio | Immediata reperibilità | |
| | 2. Costo del servizio e trasparenza del costo | 1. Tipologia numero utilizzato e relativo costo | Numero verde | |
| | 3. Accesso alle informazioni | 1. Accessibilità da cellulare e fuori distretto | | Piena accessibilità |
| | | 2. Esito del tentativo di contatto | | 100% di contatto avvenuto |
| | | 3. Tipologia risposta fornita dal disco | | Informativa |
| | 4. Tempi di attesa | 1. Tempi di risposta | | 95% entro i 20 secondi |
| | | 2. Tempi di attesa (per la risposta dell'operatore) | | 95% entro i 20 secondi |
| | | 3. Tempi di attesa (per la formulazione della prima domanda) | | 100% entro 1 minuto |
| | 2. Qualità del contatto con gli utenti | 1. Apertura chiamata | 1. Identificazione dell'operatore | Identificazione dell'operatore nel 100% spontanea |
| | | | 2. Saluto di accoglienza | Presente nel 100% |
| 3. Forma di identificazione | | | Nome per i servizi di informazione, codice per i servizi di assistenza | |
| 4. Identificazione dell'Ente | | | Presente nel 100% | |
| 2. Chiusura chiamata | | 1. Identificazione operatore | Presente nel 100% | |
| | | 2. Identificazione dell'ente | Presente nel 100% | |
| | | 3. Saluto di congedo | Presente nel 100% | |
| 3. Qualità delle risposte | 1. Qualità dell'interazione | 1. Disponibilità | Almeno sufficiente nel 100% | |
| | | 2. Chiarezza espositiva | Almeno sufficiente nel 100% | |
| | | 3. Comprensione | Almeno sufficiente nel 100% | |
| | | 4. Problem solving | Almeno sufficiente nel 100% | |
| | 2. Qualità delle informazioni fornite | 1. Livello delle risposte | Esauriente nel 100% | |
| | | 2. Procedura della risposta | Diretta nel 100% | |

Per quanto concerne la valutazione di qualità delle *mystery call* i vari elementi sono stati raggruppati fino ad ottenere tre indicatori di primo livello ovvero:

- accessibilità al *contact center*;
- qualità del contatto con gli utenti;
- qualità delle risposte.

Per *accessibilità al contact center* si intende la possibilità di accedere al servizio in termini di reperibilità del numero di telefono, costo del servizio, accesso alle informazioni e tempi di attesa.

La *qualità del contatto* con gli utenti concerne la capacità di interloquire nel migliore dei modi con l'utente all'apertura ed alla chiusura della chiamata.

Per *qualità delle risposte* ci si riferisce alla capacità dell'operatore di recepire la richiesta dell'utente e di rispondere alla stessa in termini di qualità della risposta fornita, dell'attività informativa e dell'attivi-

tà di assistenza.

10.3.2 Analisi delle performance dei *contact center*

10.3.2.1 Servizio *ChiamaRoma 060606* (limitatamente alle informazioni sulla *Tariffa Rifiuti*)

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center* (060606) relativo al servizio Ta.Ri. svolto per conto di Ama. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Tav. 10.6 Analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al servizio *ChiamaRoma*

| 1. Accessibilità al <i>Contact center</i> | | | | 2. Qualità del contatto con gli utenti | | 3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 50 | 80 | 78 | 95 | 39 | 87 | 71 |
| 79/100 (+/□) | | | | 72/100 (□) | | 79/100 (+/□) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia un discreto livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici (accessibilità) e delle risposte fornite (interazione e qualità delle informazioni), testimoniato ad esempio dal 75% di esiti positivi di contatto (standard tendenziale: 100%) e dal 73% dei contatti con tempi di attesa entro un minuto (standard tendenziale: 100%).

Sufficientemente adeguata la qualità nel contatto con gli utenti anche se la fase di chiusura chiamata rappresenta un elemento di criticità: si evidenziano margini per migliorare il servizio, ad esempio attra-

verso l'identificazione dell'operatore (2% dei casi rilevati a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%) e dell'ente (33% dei casi rilevati a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%). I dati di analisi raccolti evidenziano un discreto livello generale di qualità dei servizi resi agli utenti.

Il confronto dei livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 con gli attuali (Tav. 10.7) fa registrare una generale tendenza alla diminuzione di tutti gli indicatori di livello, anche se il giudizio complessivo permane ben al di sopra della sufficienza.

Tav. 10.7 Livelli di giudizio sintetici relativi al servizio *ChiamaRoma*

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|--|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>contact center</i> | + | +/□ | ↓ |
| Qualità del contatto con gli utenti | +/□ | □ | ↓ |
| Qualità delle risposte | + | +/□ | ↓ |

10.3.2.2 Acea-Telesportello servizi commerciali

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center*

Acea per i servizi di carattere commerciale. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Tav. 10.8 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al servizio di telesportello Acea

| A.1. Accessibilità al <i>Contact center</i> | | | | A.2. Qualità del contatto con gli utenti | | A.3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 75 | 71 | 69 | 95 | 40 | 90 | 78 |
| 71/100 (□) | | | | 73/100 (□) | | 84/100 (+/□) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia un sufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici ma non ancora prossimo agli standard da raggiungere: elementi di criticità sono rappresentati sia dal valore degli esiti positivi di contatto (64% a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%) che dai tempi di attesa (ad esempio solo nel 39% dei casi i tempi di attesa per la risposta dell'operatore non hanno superato i venti secondi a fronte di uno standard tendenziale pari al 95%), i cui livelli ancora non pienamente adeguati determinano una potenziale barriera all'accesso del servizio.

La qualità nel contatto con gli utenti risulta sufficientemente adeguata anche se la fase di chiusura chiamata rappresenta un elemento di criticità: margini per migliorare il servizio possono essere

individuati nell'identificazione degli operatori (che avviene solo nel 2% dei casi a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%) e l'identificazione dell'ente (solo nel 7% dei casi a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%). Per quanto attiene infine la qualità delle risposte, si registra un discreto livello sia per quanto attiene la qualità dell'interazione sia, in minor misura, nella qualità delle informazioni fornite.

Il confronto dei livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 con gli attuali (Tav. 10.9) evidenzia una tendenza al miglioramento per tutti gli indicatori di I livello, ad eccezione della "qualità delle risposte"; il giudizio complessivo contempla per tutti gli indicatori il raggiungimento parziale degli standard tendenziali.

Tav. 10.9 Livelli di giudizio sintetici relativi al servizio di telesportello Acea

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|---|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>Contact center</i> | □/- | □ | ↑ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □/- | □ | ↑ |
| Qualità delle risposte | + | +/□ | ↓ |

10.3.2.3 Acea-Segnalazione guasti per il servizio elettrico

Acea per la segnalazione dei guasti elettrici. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center*

Tav. 10.10 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al servizio di segnalazione dei guasti elettrici di Acea

| A.1. Accessibilità al <i>Contact center</i> | | | | A.2. Qualità del contatto con gli utenti | | A.3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 100 | 70 | 42 | 50 | 40 | 100 | 100 |
| 56/100 (□/-) | | | | 46/100 (□/-) | | 100/100 (+) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia un insufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici dovuto al fatto che gli standard vengono soddisfatti solo in minima parte: elemento di indubbia criticità è rappresentato dal valore dei tempi di attesa (ad esempio solo nel 26% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%), il cui basso livello determina una significativa barriera all'accesso del servizio. Occorre altresì segnalare che una volta che si sia superata la soglia si evidenzia una ottima qualità delle risposte fornite.

La qualità del contatto con gli utenti sia in fase di

apertura che chiusura di chiamata appare soddisfare solo in minima parte lo standard di servizio, in particolare per ciò che concerne la chiusura, dove si segnala la totale assenza di identificazione sia degli operatori che dell'ente (standard tendenziali entrambi pari al 100%).

Infine, nel confronto tra i livelli di giudizio sintetici del 2003 e quelli attuali (Tav. 10.11), si registra una sostanziale conferma dei dati relativi ai tre indicatori di I livello; il giudizio complessivo, pertanto, permane negativo per la "Accessibilità" e la "Qualità del contatto con gli utenti" mentre raggiunge pienamente lo standard per la "qualità delle informazioni fornite".

Tav. 10.11 Livelli di giudizio sintetici relativi al servizio di segnalazione dei guasti elettrici di Acea

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|--|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>Contact center</i> | □/- | □/- | ↔ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □/- | □/- | ↔ |
| Qualità delle risposte | + | + | ↔ |

10.3.2.4 Acea-Segnalazione guasti per il servizio idrico

Acea per la segnalazione dei guasti idrici. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center*

Tav. 10.12 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al servizio di segnalazione dei guasti idrici di Acea

| A.1. Accessibilità al <i>Contact center</i> | | | | A.2. Qualità del contatto con gli utenti | | A.3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 100 | 85 | 77 | 50 | 40 | 100 | 100 |
| 81/100 (+/□) | | | | 46/100 (□/-) | | 100/100 (+) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia una discreta adeguatezza nel livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici: ulteriori margini di miglioramento possono essere conseguiti attraverso la diminuzione dei tempi di attesa (nel 69% dei casi è possibile formulare la domanda all'operatore entro un minuto).

La qualità del contatto con gli utenti sia in fase di apertura che chiusura di chiamata appare soddisfare solo in minima parte lo standard di servizio, in particolare per ciò che concerne la chiusura, dove si segnala la totale assenza di identificazione sia degli operatori che dell'ente (standard tendenziali entrambi pari al 100%).

Per quanto attiene infine la qualità delle risposte, si registra un eccellente livello sia per quanto attiene la qualità dell'interazione sia nella qualità delle informazioni fornite.

Il confronto tra i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 e quelli attuali (Tav. 10.13) conferma i dati relativi ai tre indicatori di I livello, ad eccezione del miglioramento conseguito dalla "Accessibilità al *contact center*"; il giudizio complessivo, pertanto, permane negativo per la "Qualità del contatto con gli utenti" mentre risulta pressoché adeguato agli standard per gli altri due indicatori.

Tav. 10.13 Livelli di giudizio sintetici relativi al servizio di segnalazione dei guasti idrici di Acea

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|---|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>Contact center</i> | □ | +/□ | ↑ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □/- | □/- | ↔ |
| Qualità delle risposte | + | + | ↔ |

10.3.2.5 Acea-Segnalazione guasti per il servizio di Illuminazione pubblica

center Acea per la segnalazione guasti dell'illuminazione pubblica. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Il servizio oggetto dell'indagine è stato il *contact*

Tav. 10.14 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al servizio di segnalazione dei guasti dell'illuminazione pubblica di Acea

| 1. Accessibilità al <i>contact center</i> | | | | 2. Qualità del contatto con gli utenti | | 3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 100 | 80 | 72 | 86 | 79 | 93 | 88 |
| 77/100 (+/□) | | | | 83/100 (+/□) | | 91/100 (+) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia una discreta adeguatezza nel livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici: ulteriori margini di miglioramento possono essere conseguiti attraverso la diminuzione dei tempi di attesa (solo nel 20% dei casi si riceve risposta dall'operatore entro venti secondi dalla risposta del disco).

La qualità del contatto con gli utenti sia in fase di apertura che chiusura di chiamata, risponde in maniera discretamente adeguata agli standard di servizio.

Per quanto attiene infine la qualità delle risposte,

si registra un buon livello sia per quanto attiene la qualità dell'interazione sia nella qualità delle informazioni fornite; il livello raggiunto risponde adeguatamente agli standard tendenziali.

Nel confronto tra i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 e gli attuali (Tav. 10.15), si riscontra una consistente tendenza al miglioramento per i primi due indicatori di I livello; il giudizio complessivo evidenzia per tutti gli indicatori il raggiungimento quasi completo degli standard tendenziali.

Tav. 10.15 Livelli di giudizio sintetici relativi al servizio di segnalazione dei guasti dell'illuminazione pubblica di Acea

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|--|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>contact center</i> | □ | +/□ | ↑ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □/- | +/□ | ↑↑ |
| Qualità delle risposte | + | + | ↔ |

10.3.2.6 Il contact center di Ama

Ama. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center*

Tav. 10.16 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* di Ama

| A.1. Accessibilità al <i>contact center</i> | | | | A.2. Qualità del contatto con gli utenti | | A.3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 100 | 93 | 34 | 95 | 37 | 98 | 87 |
| 61/100 (□) | | | | 72/100 (□) | | 93/100 (+) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia un sufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici. Tuttavia il valore dei tempi di attesa rappresenta un elemento di indubbia criticità che determina una potenziale barriera all'accesso del servizio (ad esempio: in nessun caso la risposta dell'operatore è avvenuta entro i venti secondi dalla risposta del disco, a fronte di uno standard tendenziale pari al 95%).

Buona la qualità nel contatto con gli utenti in apertura di chiamata, mentre in fase di chiusura si evidenziano margini per migliorare il servizio, ad esempio attraverso l'identificazione spontanea dell'operatore (0% dei casi rilevati a fronte di

uno standard tendenziale pari al 100%).

La qualità delle risposte fornite risulta adeguata agli standard tendenziali da raggiungere.

In termini di comparazione tra i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 e gli attuali (Tav. 10.17), Si evidenzia un considerevole peggioramento per l'indicatore di I livello relativo alla "Accessibilità al *contact center*", mentre gli altri due indicatori rimangono sostanzialmente invariati; il giudizio complessivo evidenzia che, salvo la "qualità delle risposte" che risulta essere pienamente adeguata, gli standard tendenziali sono raggiunti solo parzialmente.

Tav. 10.17 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* di Ama

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|--|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>contact center</i> | +/□ | □ | ↓ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □ | □ | ↔ |
| Qualità delle risposte | + | + | ↔ |

10.3.2.7 Il contact center di Atac

Atac. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Il servizio oggetto dell'indagine è il *contact center*

Tav. 10.18 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* di Atac

| A.1. Accessibilità al <i>contact center</i> | | | | A.2. Qualità del contatto con gli utenti | | A.3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 100 | 78 | 34 | 64 | 22 | 79 | 67 |
| 55/100 (□/-) | | | | 47/100 (□/-) | | 73/100 (□) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia un insufficiente livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici (accessibilità) per il fatto che gli standard vengono soddisfatti solo in minima parte: elemento di indubbia criticità è rappresentato dal valore dei tempi di attesa (solo nel 7% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%), il cui basso livello determina una potenziale barriera all'accesso del servizio.

Non sufficientemente adeguata anche la qualità nel contatto con gli utenti, dovuta principalmente alla fase di chiusura dove si evidenziano margini per migliorare il servizio, ad esempio attraverso l'identificazione dell'operatore e dell'ente (0% in

entrambi i casi rilevati, a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%).

Per quanto riguarda l'indicatore relativo alla "Qualità delle risposte", il livello di qualità risulta essere sufficientemente adeguato agli standard.

I dati di analisi raccolti evidenziano un livello generale di qualità dei servizi resi agli utenti che solo per alcuni aspetti soddisfa parzialmente gli standard tendenziali da raggiungere.

La comparazione tra i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 e gli attuali (Tav. 10.19), sottolinea una generale tendenza alla diminuzione di tutti gli indicatori di I livello, con un giudizio complessivo che scende al di sotto della sufficienza.

Tav. 10.19 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* di Atac

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|--|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>contact center</i> | □ | □/- | ↓ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □ | □/- | ↓ |
| Qualità delle risposte | +/□ | □ | ↓ |

10.3.2.8 Il contact center di Sta

I servizi oggetto dell'indagine sono il *contact center* Sta (06.57118333) per il rilascio dei permessi ZTL

e merci, informazioni sulla sosta tariffata e per il rilascio dei contrassegni per i portatori di handi-cap. Le rilevazioni sono state effettuate nei mesi di novembre-dicembre 2004.

Tav. 10.20 Fase A: analisi dei livelli di servizio quantitativi e qualitativi relativi al *contact center* di Sta

| A.1. Accessibilità al <i>contact center</i> | | | | A.2. Qualità del contatto con gli utenti | | A.3. Qualità delle risposte | |
|---|-----------------------|-----------------------------|-------------------|--|---------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1.Reperibilità | 2.Costo e trasparenza | 3.Accesso alle informazioni | 4.Tempi di attesa | 1.Apertura chiamata | 2.Chiusura chiamata | 1.Qualità dell'interazione | 2.Qualità delle informazioni fornite |
| 100 | 50 | 84 | 72 | 88 | 37 | 85 | 72 |
| 78/100 (+/□) | | | | 67/100 (□) | | 79/100 (+/□) | |

Per la legenda si veda Tav. 10.4.

La sintesi dei risultati evidenzia un livello di qualità nella gestione dei flussi telefonici sostanzialmente adeguato agli standard: un elemento di potenziale criticità è rappresentato dal valore dei tempi di attesa (ad esempio: nel 58% dei casi i tempi di attesa per la formulazione della prima domanda all'operatore non hanno superato un minuto a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%). Buona la qualità nel contatto con gli utenti in apertura di chiamata, mentre in fase di chiusura si evidenziano margini per migliorare il servizio, ad esempio attraverso l'identificazione spontanea dell'operatore e dell'ente (0% in entrambi i casi

rilevati, a fronte di uno standard tendenziale pari al 100%).

La qualità delle risposte fornite risulta sostanzialmente adeguata agli standard tendenziali da raggiungere.

In ultimo, il confronto tra i livelli di giudizio sintetici ottenuti nel corso della precedente indagine del 2003 e gli attuali (Tav. 10.21). Denota un peggioramento per l'indicatore di I livello relativo alla "Accessibilità al *contact center*", mentre gli altri due indicatori rimangono sostanzialmente invariati. Il giudizio generale permane ad un discreto livello di adeguatezza complessiva.

Tav. 10.21 Livelli di giudizio sintetici relativi al *contact center* di Sta

| | 2003 | 2004 | Tendenza |
|--|------|------|----------|
| Accessibilità al <i>contact center</i> | + | +/□ | ↓ |
| Qualità del contatto con gli utenti | □ | □ | ↔ |
| Qualità delle risposte | +/□ | +/□ | ↔ |

10.4 L'accessibilità commerciale dei servizi: un'analisi dei siti web: Acea, Ama, Atac, Italgaspiù e Sta

10.4.1 Il contesto di riferimento e la metodologia di indagine

Il *web* è una dimensione sociale dove stanno prendendo forma nuovi diritti dei cittadini consumatori: il diritto ad una piena e completa trasparenza; il diritto a ricevere informazioni tempestivamente; il diritto a conoscere la propria posizione nei confronti dell'azienda; il diritto a scegliere il servizio più rispondente alle proprie necessità; il diritto a non doversi recare allo sportello o a confrontare i prezzi e le prestazioni con quelli di altri fornitori. Si tratta di diritti non codificati, ma che si affermano sempre più saldamente nelle aspettative dei consumatori, quanto più cresce l'abilità nell'usare Internet e aumenta la disponibilità stessa di nuovi servizi *on line* avanzati, i quali inevitabilmente costituiscono parametri di confronto.

L'utente che già acquista *on line* i biglietti aerei e ferroviari, ad esempio, difficilmente accetta di non poter compiere un'analoga operazione per assicurarsi un abbonamento ai servizi di trasporto pubblico urbano.

Anche per le aziende di servizi pubblici è, perciò, ormai ineludibile il confronto con queste aree di formazione di nuovi diritti dei cittadini consumatori e ciò è sempre più vero, se si considera che la quota di utenti Internet, rispetto alla popolazione nel suo complesso, cresce costantemente, interessando gradualmente i diversi strati sociali.

In questa prospettiva e al fine di avviare un compiuto modello di analisi e di valutazione dei canali *web* delle aziende di servizio pubblico della città di Roma, l'Agenzia ha effettuato, nel corso del 2005, una indagine sul livello di offerta dei servizi *on line* delle aziende di distribuzione di energia elettrica, gas, acqua, delle imprese di trasporto pubblico e di mobilità e delle imprese di servizi ambientali attive a Roma (Acea S.p.A., Italgas S.p.A., Atac S.p.A., Sta S.p.A. e Ama S.p.A.).

Dato il campo peculiare di osservazione relativo alle *public utilities* e la relativa novità della rilevazione, il lavoro si è concentrato in primo luogo sulla individuazione dei corretti parametri attraverso cui valutare il livello qualitativo dell'offerta *on line* di questo tipo di aziende.

Occorre, quindi, in primo luogo, realizzare una ricostruzione dettagliata e ragionata della mappa dei servizi *on line* presenti a livello nazionale ed

europeo.

Partendo da un approccio comparativo, e sulla base di una metodologia di benchmark, è stato osservato lo stato dell'arte a livello nazionale ed europeo delle attività di informazione, assistenza, ascolto dell'utenza, nonché di erogazione dei servizi *on line* da parte delle aziende fornitrici di servizi pubblici.

L'individuazione delle esperienze di rete più significative è scaturita dall'analisi degli studi esistenti, dalla pubblicistica e, soprattutto, dall'osservazione diretta.

Per individuare le migliori pratiche sono state esaminate le principali aziende erogatrici di servizi di pubblica utilità sia delle principali città italiane (a partire da quelle attive nei capoluoghi di provincia), sia in ambito europeo. L'esame ha portato ad individuare circa 100 tra enti e aziende nazionali e circa 20 enti e aziende europee.

L'esame delle migliori pratiche esistenti a livello nazionale ed europeo ha consentito di verificare e misurare non solo la presenza *on line* di quei servizi che tradizionalmente vengono forniti dagli sportelli fisici: dalle richieste di preventivi e nuovi allacci, alle richieste di subentro o voltura di contratti o sospensione della fornitura, dall'autolettura del contatore, alla richiesta di cessazione dell'utenza; ma anche la qualità delle informazioni messe a disposizione dell'utenza rispetto al rapporto di clientela. Sotto quest'ultimo aspetto è stata analizzata la presenza e la qualità di informazioni sul contratto di fornitura, sui consumi, sulla situazione, per ciascun utente, dei pagamenti.

È stata testata, inoltre, la capacità degli sportelli *on line* di ottimizzare la comunicazione con la clientela rendendo facilmente accessibili informazioni di carattere generale quali, ad esempio, quelle relative a come pagare la bolletta o fattura, cosa fare se non è arrivata la bolletta, quale è l'offerta di servizi disponibile.

L'esame dei siti delle aziende di servizi pubblici nazionali ed europee si è concentrato, infine, sulla capacità dei servizi *on line* di dare voce ai cittadini utenti, attraverso sistemi di posta elettronica o tramite canali più strutturati di contatto e scambio con il pubblico, misurandone, da un lato, la capacità di consentire alle persone di esprimere giudizi, suggerimenti o lamentele sui servizi utilizzati, dall'altro di agevolare la crescita della dimensione "parte-

cipativa” e quindi del coinvolgimento dei cittadini nelle decisioni “pubbliche” che l’azienda o l’ente sono tenuti a prendere.

Una volta messa a punto la mappa dei servizi *on line*, si è passati ad organizzare un sistema di misurazione e valutazione degli stessi. In primo luogo è stato individuato un set di indicatori attraverso cui descrivere le specifiche funzioni ed i servizi attivati, arrivando complessivamente ad individuarne 107.

I 107 indicatori sono stati raggruppati in modo da individuare 22 indici in grado di sintetizzare altret-

tante dimensioni conoscitive dei siti delle aziende, tenuto conto delle loro articolazioni settoriali tipiche: trasporto, mobilità, fornitura di energia elettrica, acqua, gas, e servizi per l’ambiente. Gli stessi 107 indicatori sono stati quindi raccolti anche per descrivere le 5 macro aree tematiche generali, normalmente utilizzate nelle analisi dei *web* pubblici, evidenziando quindi caratteristiche generali quali: trasparenza e accesso, qualità e interattività dei servizi in rete, usabilità e accessibilità, comunicazione partecipazione e relazionalità, ed infine, lo sviluppo tecnologico (Tav. 10.22)

Tav. 10.22 Indici sintetici sulla qualità dei servizi *web* delle aziende di servizi pubblici

| | INDICI di 2° livello | MACRO AREE (INDICI Sintetici di 1° livello) |
|----|---------------------------------------|--|
| 1 | Trasparenza aziendale | I) Trasparenza e accesso |
| 2 | Accesso | |
| 3 | Trasparenza normativa | |
| 4 | Visione dei servizi | II) Qualità e interattività dei servizi in rete |
| 5 | Gestione del contratto | |
| 6 | Gestione bollette e fatture | |
| 7 | Consumi e tariffe | |
| 8 | Trasporto | |
| 9 | Trasporto dei disabili | |
| 10 | Mobilità | |
| 11 | Mobilità dei disabili | III) Usabilità e accessibilità |
| 12 | Servizi di Igiene Urbana | |
| 13 | Igiene urbana tariffazione | |
| 14 | Navigabilità | IV) Comunicazione, partecipazione, relazionalità |
| 15 | Usabilità | |
| 16 | Accessibilità | V) Sviluppo Tecnologico |
| 17 | Comunicazione <i>on line</i> | |
| 18 | Comunicazione istituzionale | |
| 19 | <i>Customer care</i> | |
| 20 | Partecipazione | |
| 21 | Qualità server e connessioni | V) Sviluppo Tecnologico |
| 22 | Qualità dell’Html e <i>web design</i> | |

L'analisi parametrica applicata al modello di rilevazione e quindi ai 107 indicatori ha consentito, infine, per ciascuna delle 5 macro aree generali e per ciascuno dei 22 indici specifici di individuare valori sintetici così da evidenziare 5 indici di primo livello e 22 indici di secondo livello per ciascun sito e di stabilire, sempre per ciascun sito, un indice generale capace di esprimere il valore finale complessivo con un punteggio. L'analisi estesa a tutti i siti delle imprese di servizi pubblici delle città metropolitane italiane (Torino, Milano, Venezia, Trieste, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Bari, Napoli, Cagliari, Messina, Palermo, Catania) e di 4 grandi capitali europee (Berlino, Londra, Madrid, Parigi) ha permesso di confrontare i punteggi generali settoriali e specifici attribuiti ai siti delle aziende del servizio pubblico capitolino con quelli attribuiti ai siti degli enti e delle aziende attive nei maggiori centri urbani italiani e nelle maggiori capitali europee. È stato quindi possibile effettuare il *rating* finale di categoria, cioè una classifica di tutti i siti analizzati per tipologia di servizio offerto, confrontando la situazione di Roma con quella delle città metropolitane italiane e con le capitali d'Europa.

L'analisi dei siti *web* capitolini, nazionali ed europei è stata condotta nel mese di febbraio 2005. Tutti i risultati sono stati comparati per esigenze di uniformità a quel periodo e non si è perciò tenuto conto nella classifica finale di eventuali modifiche ed eventuali miglioramenti nei diversi *web* esaminati realizzati nel periodo successivo.

10.4.2 I risultati

I risultati della prima indagine dell'Agenzia sui servizi di rete delle aziende di servizio pubblico della città di Roma evidenziano come il *web* sia considerato, ancora, soprattutto come canale di comunicazione, riuscendo generalmente le stesse aziende a mettere bene in risalto le specificità della propria missione istituzionale, le informazioni aziendali utili per contattare la struttura e per comprendere il contesto giuridico normativo in cui l'azienda stessa opera, con una cura particolare di quegli aspetti tipicamente di pertinenza del settore pubblico, quali l'accessibilità per le categorie svantaggiate e, in una certa misura, anche quegli aspetti legati all'usabilità e quindi alla facilità di utilizzo dei sistemi *on line*.

Questo primo risultato non va sottovalutato; le dimensioni informative e comunicative sono decisive per definire l'efficacia complessiva di un servizio di rete, perché l'accesso immediato alle informazioni, alla documentazione ed alle procedure delle

organizzazioni può essere considerato come la precondizione per la fruizione stessa dei servizi veicolati via rete e non, e per la tutela generale degli interessi del consumatore.

Le imprese di pubblico servizio della città di Roma devono però accelerare il cammino verso il perseguimento della piena interattività prevedendo per tutti gli ambiti di gestione dei rapporti di clientela la possibilità di evadere l'intera pratica, compresa la decisione e di ottenere il servizio.

Se si guarda, infatti, al complesso dei servizi che possono raggiungere il massimo livello di transattività *on line* nelle differenti tipologie di servizio, l'indagine ha censito nel complesso delle aziende esaminate 21 servizi di rete.

Roma è in grado di soddisfarne parzialmente solo 10. In pratica il diritto a non recarsi allo sportello non è ancora un diritto esercitabile compiutamente. Se la possibilità di effettuare richieste di modifica recapito delle fatture/bollette o la comunicazione dei consumi effettivi è presente in tutte le aziende di erogazione, oltre la metà dei servizi censiti (11) non sono presenti in nessun sito *web* capitolino, non solo ai livelli di massima transattività che prevedono la conclusione *on line* della procedura e quindi l'ottenimento di un servizio, ma neanche nelle forme intermedie di interazione, quelle definite *two way* nelle quali, cioè, si instaura *on line* la procedura ma si demanda il perfezionamento ad un momento successivo attraverso canali di contatto tradizionali.

Servizi come la richiesta preventivi, la richiesta di nuovi allacci, la richiesta di verifica guasti, manutenzioni misuratori e contatori, le richieste posa nuovo contatore, richieste di intervento in loco, acquisto degli abbonamenti/Card, prenotazioni su trasporto scolastico (Trasporti), rilascio permessi di transito per zone a traffico limitato (ZTL), rilascio contrassegni speciali per circolazione e parcheggio, denunce per l'applicazione della tariffa ambientale, richiesta smaltimento rifiuti ingombranti, disdetta o modifica della fornitura servizi ambientali, non hanno spazio *on line*.

Alcuni servizi essenziali a partire dal pagamento *on line* delle fatture sono invece solo parzialmente disponibili: Italgas e Ama offrono la possibilità di pagare *on line*, mentre lo stesso non vale per Acea. Rispetto alla voltura dei contratti, il servizio è presente ovunque solo a bassi livelli di interattività con il *download* di formulari nei siti Acea e lo stesso accade rispetto alla stipula o alla disdetta del contratto.

A fronte dei limiti evidenziati, il quadro dell'offerta romana di servizi di rete confrontata rispetto al sistema di offerta nazionale appare comunque

soddisfacente tanto che Roma divide con Milano la *leadership* nazionale nello sviluppo *on line* dei servizi pubblici.

Le imprese capitoline sono, infatti, sempre ai primissimi posti nelle classifiche nazionali di settore realizzate nell'ambito dell'indagine condotta tra le differenti tipologie di enti di pubblico servizio delle 14 città metropolitane italiane.

Il primo posto ottenuto dall'Ama rispetto alle esperienze di rete nella classifica delle aziende di pubblica utilità ambientali si aggiunge alle seconde posizioni ottenute sia dall'Atac che dalla Sta nelle rispettive classifiche di categoria, nonché con la terza posizione raggiunta da Acea nelle due graduatorie relative ai servizi elettrici e a quelli idrici. A questo quadro sostanzialmente positivo va associata anche l'Italgas (che ottiene il secondo posto nella propria categoria) che, pur essendo un'azienda di carattere nazionale, è comunque il principale fornitore di gas della capitale.

Non si può parlare pertanto di un vero e proprio modello capitolino di sviluppo digitale, ma piuttosto di una nuova sensibilità della città rispetto ai servizi di rete, una nuova attenzione che sta cambiando anche il modello di sviluppo dell'innovazione trainata dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione dentro le imprese di pubblica utilità: da processi imitativi eterodiretti, dove la scelta dei servizi da offrire dipende da impulsi esterni che scaturiscono soprattutto da logiche di sviluppo dei grandi *provider* di servizi di rete, si è passati ad un approccio guidato dalla domanda cittadina di servizi di rete specifici, una domanda che appare sempre più evoluta ed esigente e quindi sempre più capace di individuare e sollecitare le innovazioni realmente utili.

Scendendo più in dettaglio tra i risultati dell'indagine si osserva come il posizionamento nazionale delle imprese capitoline rispetto ai servizi interattivi lasci ancora margini per il miglioramento. Se si guarda all'insieme delle imprese di pubblico servizio romane, i servizi interattivi si distribuiscono infatti in modo non omogeneo tra le differenti aziende, con aree avanzate e segmenti di offerta non pienamente adeguati alle nuove possibilità di sviluppo ed alle nuove esigenze di una domanda evoluta di servizi *on line*. Si osserva infatti che:

- da un lato Ama, Atac, Sta e Italgas risultano rispetto alla capacità di sviluppare servizi interattivi in posizioni di assoluta eccellenza, almeno in ambito nazionale, come attestano le rispettive classifiche di settore riferite appunto all'indice sulla qualità ed interattività dei servizi (1° posto per l'Ama; 2° posto per Atac e per Italgas e 3° posto per Sta);

- dall'altro lato l'Acea, il maggior *provider* cittadino dei due servizi chiave dell'energia elettrica e dell'acqua, pur presentando un discreto set di servizi interattivi registra ancora significativi ritardi nella messa *on line* di quei servizi, a partire dai pagamenti *on line*, in grado di qualificare la gestione via *web* dei rapporti di clientela. L'azienda di erogazione di servizi elettrici ed idrici stenta, quindi, a trovare un modello di offerta adeguato alle nuove necessità della domanda. Nelle due graduatorie di settore relative all'indice della qualità e dell'interattività, l'Acea non va oltre la 5° posizione (che nella speciale classifica dei siti dell'elettricità in Italia, equivale all'ultima dietro comunque grandi *player* del settore quali Enel S.p.A., Aem Milano S.p.A. e Aem Torino S.p.A.).

Il ritardo nello sviluppo dei servizi di rete interattivi, quelli che più qualificano la capacità dei sistemi *on line* di soddisfare le esigenze concrete della clientela, si coglie ancora più chiaramente dal confronto europeo, che ridimensiona i risultati ottenuti a livello nazionale dalle aziende romane, mettendo ancora meglio in luce gli ampi margini di miglioramento esistenti. Ciò si riscontra anche in quei sistemi *on line* capitolini che nel confronto nazionale avevano ottenuto le migliori *performances* proprio riguardo la qualità e l'interattività dei servizi.

L'Atac si colloca così al 4° posto tra le 5 grandi capitali europee esaminate dietro Berlino, Londra e Parigi, sopravanzando solo il sito dei trasporti della capitale spagnola.

Acea non va oltre la 5° (ed ultima posizione) rispetto all'erogazione dell'energia elettrica superata anche da Madrid dove il gruppo sovranazionale Iberdrola raggiunge posizioni di rilievo in alcuni servizi decisivi per la gestione interattiva dei rapporti di clientela, come nel caso delle attività *on line* collegate alla gestione delle fatture.

Anche Italgas risulta penalizzato dall'effetto Europa. Pur ottenendo valori assoluti di tutto rilievo con gli 80 punti ottenuti nell'ambito dell'interattività, risulta ugualmente al 5° (ed ultimo posto) nei siti del gas delle grandi città europee rispetto appunto alla interattività dei servizi, distanziato da tutti i fornitori delle capitali europee che quindi offrono servizi, nel complesso, più avanzati nell'ambito della gestione delle fatture e dei pagamenti nonché nella gestione delle comunicazioni dei consumi.

Nella gestione dell'Acqua e dei rifiuti il relativo buon posizionamento europeo di Acea e soprattutto dell'Ama, che ottengono rispettivamente il quarto ed il terzo posto nelle classifiche di settore (dietro Berlino Madrid e Parigi e nel caso servizi idrici e dietro Berlino e Londra nel caso di quelli

ambientali), si spiega più nel deficit delle altre capitali, le quali per ragioni istituzionali e giuridiche non necessitano di instaurare rapporti di clientela stringenti, non prevedendo ad esempio il pagamento di tariffe collegate direttamente ai consumi effettivi, che in una reale capacità di innovazione dei siti delle due aziende capitoline.

L'obiettivo degli enti erogatori di servizi pubblici di raggiungere l'utenza attraverso canali innovativi fondati su un uso massiccio di nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione deve divenire, dunque, un obiettivo strategico, da perseguire rapidamente intensificando gli sforzi già in atto. Non si tratta, del resto, di soddisfare solo le esigenze di innovazione di segmenti sempre più avanzati di clientela ormai completamente orientata al *web*, ma anche di contribuire a colmare un deficit di capacità di erogazione di servizi attraverso gli sportelli tradizionali. L'organizzazione di tali sportelli, infatti, ancora oggi sembra condizionare fortemente l'accesso agli sportelli del gas e dell'energia elettrica, con una larga maggioranza di famiglie, anche nel Lazio, che dichiarano di incontrare difficoltà nell'accesso agli sportelli (come attestano le percentuali regionali di famiglie che denunciano difficoltà di accesso rispetto ai due servizi, pari rispettivamente al 56,9% ed al 62,9%).

L'importanza di aprirsi al *web* scaturisce infine anche da una nuova dimensione che comincia ad apparire chiaramente nelle prospettive di intervento delle aziende di servizi pubblici, rappresentata dalla possibilità di offrire in primo luogo via *web*, ma anche via telefono, non solo servizi di vendita, assistenza e informazione all'utenza, ma anche strumenti volti a "dare voce" ai cittadini, in maniera tale da realizzare forme strutturate di dialogo con l'azienda, sviluppando e consolidando una rete di relazioni il più possibile permanente con i cittadini-utenti.

Rispetto al coinvolgimento dell'utenza, un adeguato sistema informativo rivolto oltre che ai singoli, anche alle consulte, alle associazioni (quest'ultime da considerare quali soggetti di riferimento soprattutto nella fase di stesura dei contratti e delle carte di servizio), potrebbe, così, contribuire a riportare o a mantenere il baricentro delle attività aziendali sulla loro utilità sociale, piuttosto che sulla mera capacità di muoversi in modo competitivo nel mercato delle reti di servizi.

Un sistema informativo accessibile *on line* e trasparente consentirebbe, infatti, ai cittadini di esercitare in modo pieno l'unica opzione possibile (considerata la condizione di sostanziale monopolio in cui si trovano le imprese di pubblico servizio rispetto all'utenza privata), per inviare segnali sull'adegua-

tezza e la qualità del servizio: quella di esprimere la propria "voce".

Se così non fosse, e cioè, in assenza di adeguate strategie di integrazione di metodologie di partecipazione e di processi decisionali inclusivi della popolazione, attraverso i nuovi e capillari canali di comunicazione e scambio informativo *on line*, nei confronti delle scelte che la pubblica amministrazione o la società è tenuta a prendere, gli enti erogatori di servizi pubblici potrebbero rischiare di allontanarsi troppo dallo scopo strategico di potenziare e migliorare l'offerta verso tutti i soggetti anche quelli più deboli, divenendo sempre meno capaci di focalizzare il contenuto, le criticità e le potenzialità dei vari servizi e delle diverse funzioni in relazione ai diversificati bisogni di cittadinanza.

L'implementazione del *web* per un'azienda di servizi pubblici deve potere, quindi, costituire uno strumento di valorizzazione della partecipazione democratica. Un obiettivo del genere potrà essere perseguito sempre più, quanto più l'offerta *on line* sarà in grado di aumentare la possibilità di accesso alle informazioni, di far conoscere gli atti di governo a tutti i livelli, di permettere a tutti di farsi opinioni coerenti con gli indirizzi effettivi, e quindi di poter esprimere un consenso (o un dissenso informato) ed in definitiva di poter esercitare appieno il controllo.

Ovviamente nello sviluppo di sistemi *on line*, una buona politica sull'accessibilità e l'usabilità delle risorse *on line*, accompagnata da misure atte a favorire l'accesso telematico ai servizi a schiere sempre più ampie di cittadini utenti, assieme ad una informazione chiara, pertinente e tempestiva sull'attività istituzionale, deve riuscire a contrastare efficacemente i fenomeni strutturali di esclusione digitale che caratterizzano l'attuale sviluppo del *web* in Italia, favorendo l'allargamento della base di utenza e riducendo quindi il peso del *digital divide* che condiziona la possibilità stessa di fruizione di internet per mancanza di quelle competenze, conoscenze ed infrastrutture di base necessarie per fruire a pieno della rete.

Il nodo dell'informazione/comunicazione e le sue conseguenze in termini di selezione ed esclusione/inclusione dei partecipanti è oramai decisivo. Le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione devono, perciò, poter incidere sull'effettiva circolazione delle informazioni, sulla tempestività dell'informazione stessa, sulla pubblicità delle iniziative, modificando il rapporto con il territorio, con l'utenza e con i referenti, allargando al massimo le tipologie di pubblico coinvolte.

Infine può essere osservato che lo sforzo in atto di miglioramento, ben evidenziato dall'indagine,

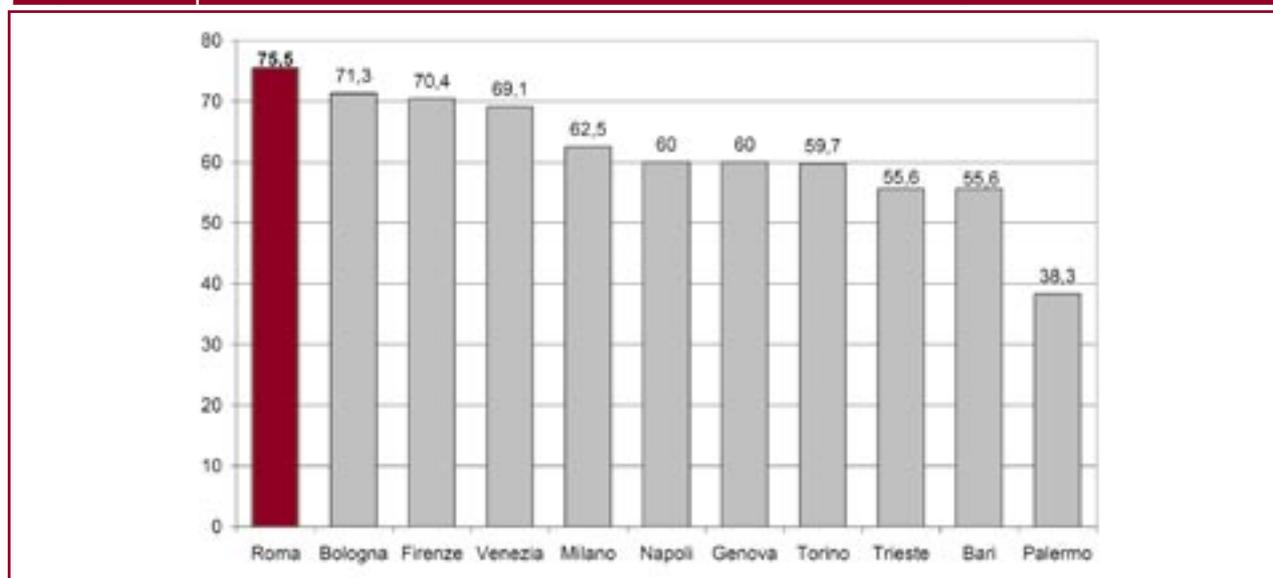
rispetto a tutte le imprese erogatrici di servizi pubblici esaminate, che dovrà portare ad un effettivo potenziamento della capacità di erogazione di servizi informativi e transattivi *on line*, dovrà fare il paio anche con la necessità, per le azien-

de di servizi stesse, di dotarsi di nuovi strumenti di analisi e monitoraggio, che consentano loro di tenere sotto controllo questo nuovo terreno dove scaturiscono e maturano diritti inediti e aspettative conseguenti.

Visione complessiva dei siti web delle imprese di servizi pubblici capitoline posizionamento nazionale rispetto a tutti gli indicatori

Fig. 10.3

Igiene Urbana (sito Ama)



Cagliari, Messina e Catania non hanno attivato servizi web.

Fig. 10.4

Risorse idriche (sito Acea)

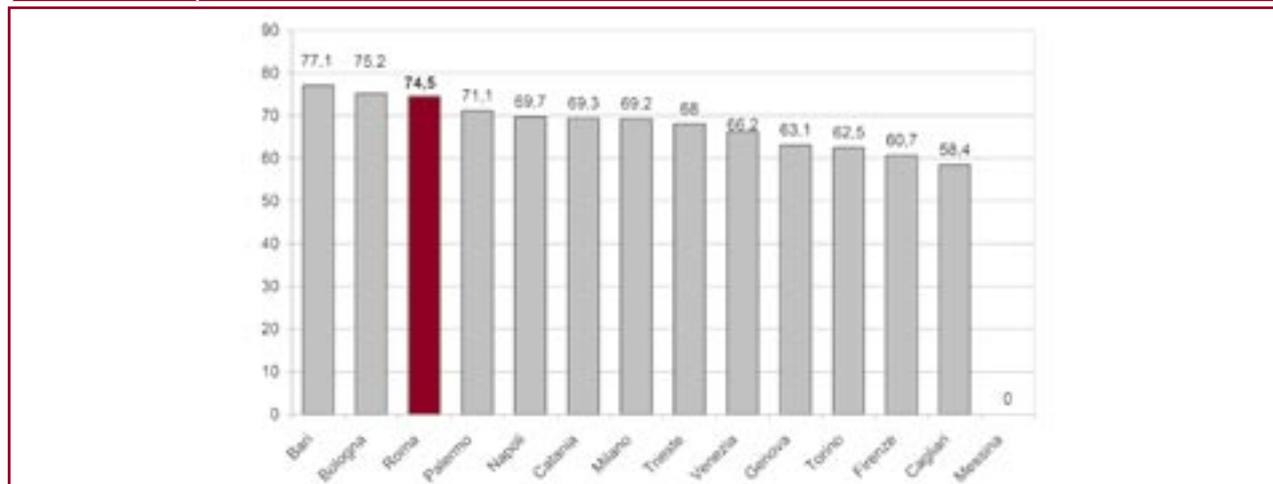
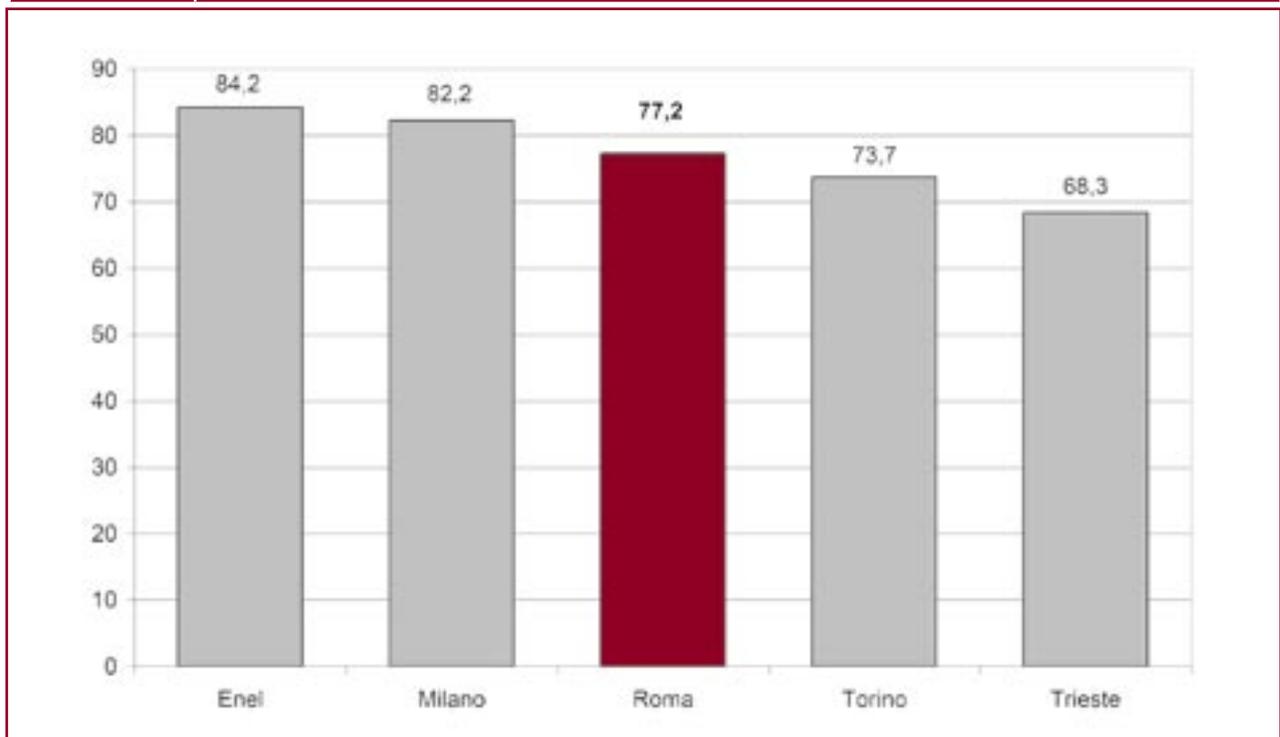


Fig. 10.5

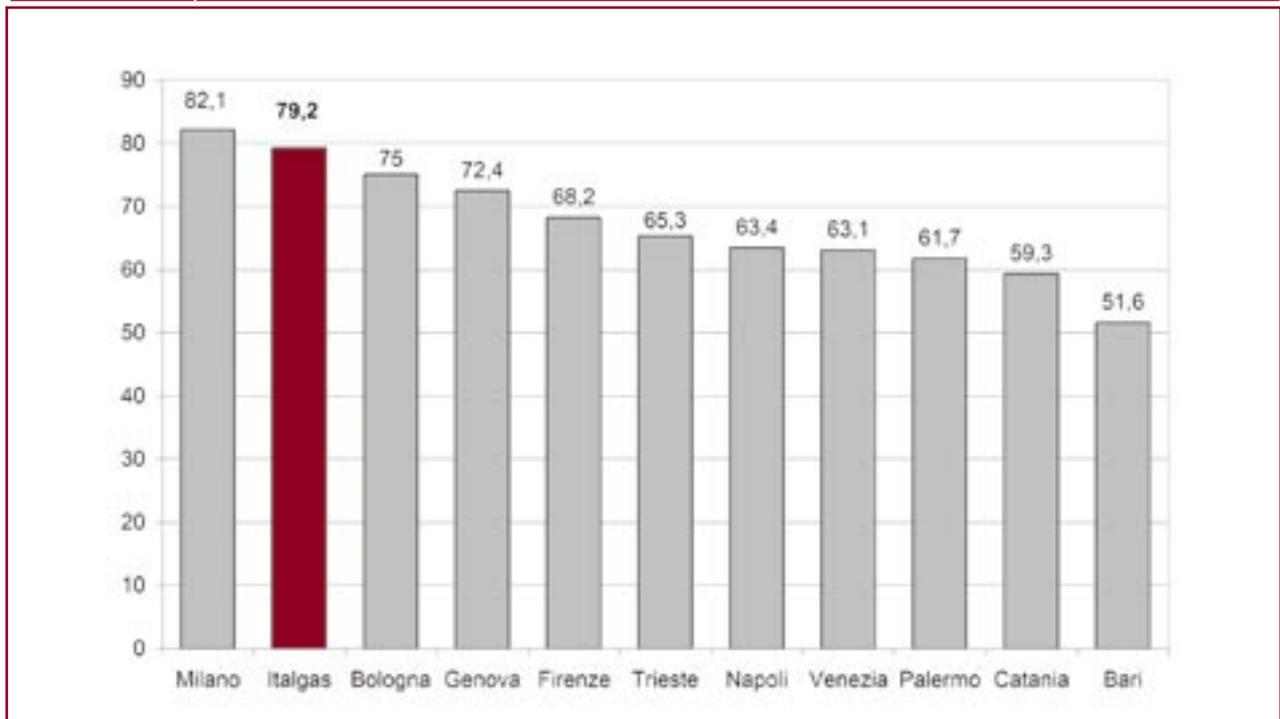
Energia Elettrica (sito Acea)



Genova, Trieste, Venezia, Bologna, Firenze, Napoli, Bari, Messina, Catania, Palermo, sono servite da Enel

Fig. 10.6

Gas (sito Italgas)



Italgas copre le città di Torino, Roma, Messina e Catania.

Fig. 10.7

Trasporto pubblico locale (sito Atac)

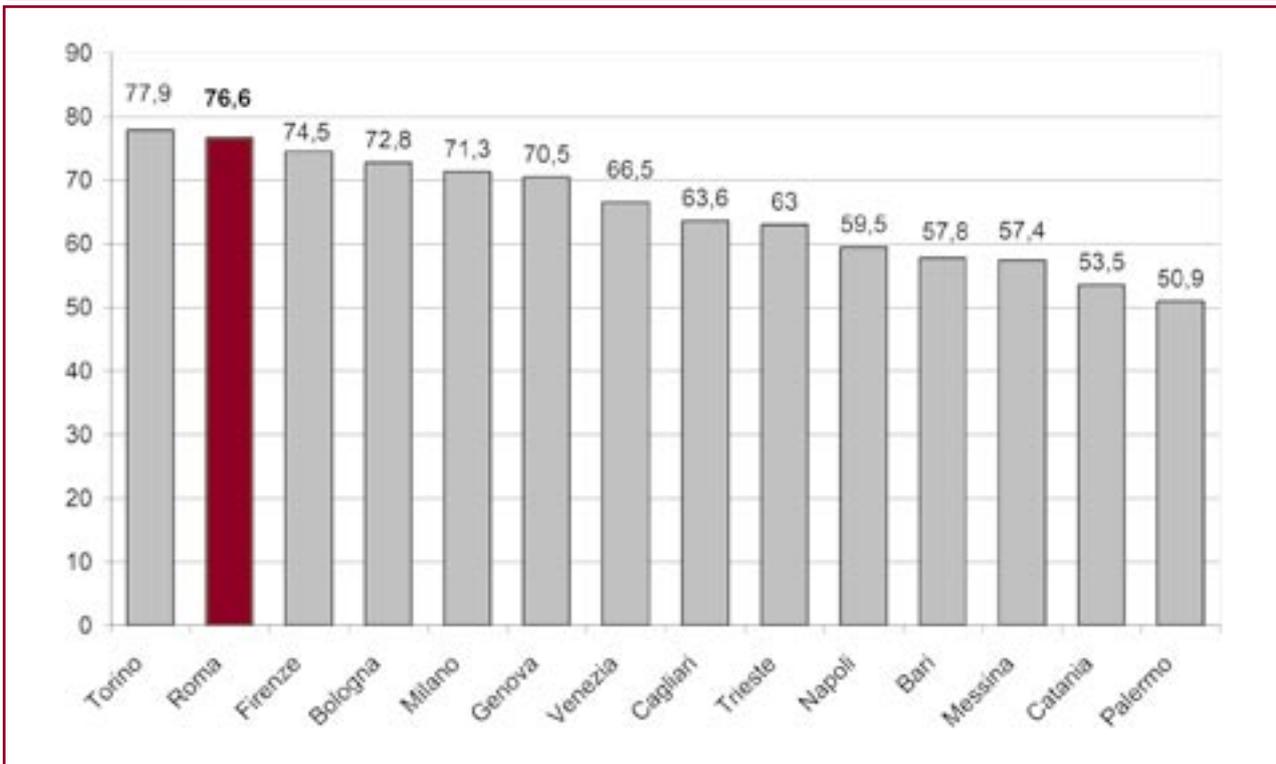
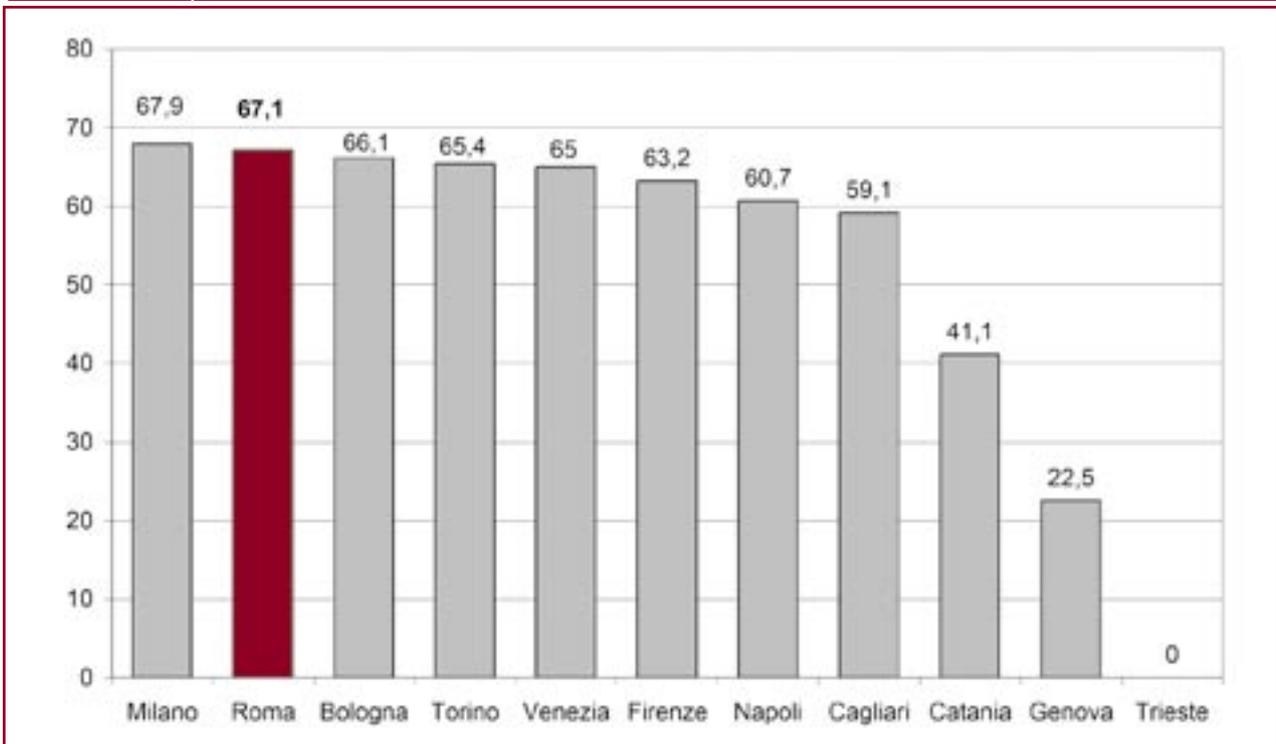


Fig. 10.8

Mobilità (sito Sta)



Messina, Palermo, Bari non offrono servizi on line per la Mobilità.