

*AGENZIA PER IL CONTROLLO E LA QUALITÀ  
DEI SERVIZI PUBBLICI LOCALI DEL COMUNE DI ROMA*

PUBBLICIZZAZIONE DEGLI OBBLIGHI  
DELLE AZIENDE EROGATRICI DI SERVIZI PUBBLICI  
NEI CONFRONTI DEGLI UTENTI

Dicembre 2002





Publicizzazione degli obblighi  
delle Aziende erogatrici di servizi pubblici  
nei confronti degli utenti

*16 dicembre 2002*

**L'AGENZIA  
PER IL CONTROLLO E LA QUALITÀ DEI SERVIZI PUBBLICI LOCALI  
DEL COMUNE DI ROMA**

**Premesso**

Che, con Deliberazione del Consiglio Comunale n. 39 del 14 marzo 2002, è stata istituita l'Agazia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici locali del Comune di Roma;

Che l'Agazia è l'organismo che esercita la propria attività di istituto su tutti i servizi pubblici locali erogati nel territorio del Comune di Roma e svolge funzioni e compiti ad essa conferiti esprimendo valutazioni con indipendenza di giudizio;

Che l'Agazia assicura la più ampia pubblicità delle condizioni dei servizi ed è chiamata a promuovere iniziative volte a migliorarne la qualità;

Che l'Agazia – conformemente a funzioni e compiti conferiti – promuove iniziative volte a migliorare le modalità di erogazione dei servizi pubblici locali ed esercita funzioni di supporto propositivo e tecnico-conoscitivo nei confronti del Consiglio Comunale, del Sindaco e della Giunta;

Che l'Agazia, oltre a redigere la relazione annuale sullo stato dei servizi pubblici locali nel Comune di Roma e sull'attività svolta, produce pareri, studi e segnalazioni da rendere al Consiglio Comunale di Roma.

**Considerato**

Che nei contratti di servizio tra le aziende ed il Comune di Roma relativi al trasporto pubblico locale, igiene urbana e illuminazione stradale e nelle conseguenti carte dei servizi vengono esplicitamente evidenziate le prestazioni dell'esercente e gli obblighi che vengono assunti nei confronti degli utenti;

Che al di là degli adempimenti collegati agli aspetti formali del controllo sulla quantità e qualità delle prestazioni di servizio pubblico da erogare, si ritiene che la diffusione delle informazioni relative ai livelli di servizio costituisca uno stimolo per l'erogatore ad una gestione più efficace ed efficiente del servizio;

Che all'esistenza delle carte dei servizi e ai contenuti dei contratti di servizio non viene data adeguata pubblicità con il risultato che gli utenti non conoscono le modalità quali/quantitative di erogazione dei servizi;

Che i suddetti obblighi debbono essere portati a conoscenza degli utenti nelle forme e modalità che consentano una diffusa e capillare consapevolezza del livello e della qualità dei servizi pubblici locali;

### **Invita**

Il Consiglio Comunale ad adottare iniziative di indirizzo agli esercenti i servizi di trasporto pubblico locale, di igiene urbana e di illuminazione pubblica volte ad aumentare il grado di conoscenza dei cittadini romani (e comunque di tutti coloro che, a qualsiasi titolo, frequentano Roma) sui principali parametri di tali servizi. A tal fine, ed a scopo esemplificativo, l'Agenzia

### **Trasmette**

al Presidente del Consiglio Comunale, ai Presidenti dei Gruppi consiliari ed al Sindaco una proposta di schede che consentano una rapida ed immediata pubblicizzazione degli obblighi assunti nei confronti dell'utenza da parte delle aziende erogatrici.

## Sommario

1. Premessa .....	5
2. Motivazioni .....	5
3. Servizi/ambito di applicazione .....	6
4. Contenuto .....	6
5. Modalità di applicazione, costi stimati e tempi .....	6

### Schede

Trasporto Pubblico Locale .....	8
Igiene Urbana .....	10
Illuminazione Pubblica .....	12

## **1. Premessa**

L'Agenzia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici locali del comune di Roma, in conformità alle funzioni e ai compiti conferiti dalla delibera istitutiva (delibera comunale n. 39/02), promuove iniziative volte a migliorare le modalità di erogazione dei servizi pubblici locali ed esercita funzioni di supporto propositivo e tecnico-conoscitivo nei confronti del Consiglio Comunale, del Sindaco e della Giunta. Tale attribuzione è coerente con una logica innovativa dei rapporti tra amministrazione pubblica e cittadini, cui l'Agenzia guarda sempre con maggiore attenzione.

In base ad una interpretazione coerente del mandato conferitole e in conformità con la concezione appena ricordata dei rapporti con gli utenti e cittadini, l'Agenzia propone all'attenzione del Consiglio Comunale l'invito ad assumere un'iniziativa di pubblicizzazione da parte delle aziende erogatrici degli obblighi assunti nei confronti dell'utenza, come illustrata di seguito.

## **2. Motivazioni**

Il buon funzionamento dei servizi pubblici dipende sempre più dalla collaborazione dei e con i cittadini. La mancanza di collaborazione da parte dei cittadini ha spesso conseguenze dirette sulla qualità e sulla quantità del servizio erogato, specie nel caso di servizi che prevedono una maggiore interattività tra utente e erogatore.

Affinché l'utente partecipi alla corretta utilizzazione del bene pubblico, è utile che l'utente stesso sappia quali sono i suoi doveri. A tale scopo, le aziende erogatrici si sono opportunamente preoccupate di pubblicizzare gli obblighi e i divieti in capo agli utenti attraverso diverse modalità (ad esempio, per il trasporto pubblico locale, le condizioni di trasporto con indicazione degli obblighi degli utenti sono affisse in tutte le aree di attesa della rete e dentro le vetture tram, bus e metro). La collaborazione degli utenti, tuttavia, risulta fruttuosa anche nel caso in cui gli utenti stessi siano posti a conoscenza degli obblighi che l'azienda ha assunto nei loro confronti e siano pertanto posti in condizione di esercitare i loro diritti. Un controllo diffuso da parte dei cittadini costituisce uno stimolo per l'erogatore ad una gestione più efficace ed efficiente del servizio. Il cittadino, laddove adotti un comportamento di tipo collaborativo e non antagonista, può rappresentare un'ulteriore istanza del processo di verifica delle condizioni di erogazione del servizio.

A questo ultimo proposito, la scrivente Agenzia ha rilevato una carenza dell'informazione rivolta ai cittadini circa i livelli delle prestazioni cui gli erogatori dei servizi devono garantire in base alle prescrizioni contenute nei contratti di servizio e/o nelle carte dei servizi.

E' vero che i contenuti delle carte dei servizi, nei casi in cui sono previste, sono portate a conoscenza delle associazioni dei consumatori che peraltro intervengono nella loro stessa stesura, e in taluni altri casi degli stessi utenti (ad esempio, ATAC invia annualmente la carta dei servizi a tutti i possessori dell'abbonamento annuale Metrebus). Tuttavia, le forme di pubblicità sinora previste appaiono inadeguate sia perché rivolte a porzioni ristrette della popolazione, sia perché "disperse" all'interno di documenti più generali.

L'inadeguatezza delle informazioni sulle carte dei servizi o sugli obblighi dell'erogatore di servizi nei confronti del cittadino impedisce un controllo efficace, controllo che si rende essenziale soprattutto per alcuni servizi, come illuminazione pubblica, per i quali l'organizzazione di un servizio di monitoraggio da parte dell'erogatore e degli organi di sorveglianza appare onerosa e spesso difficile da organizzare in maniera adeguata.

Occorre inoltre considerare che la diffusione delle informazioni sui diritti degli utenti non va dissociata da una valutazione delle capacità di risposta da parte delle aziende erogatrici, pena un sensibile decadimento dei livelli di qualità percepita dal cittadino.

Stante quanto sopra esposto, si ritiene opportuno promuovere un'iniziativa di pubblicizzazione da parte delle aziende erogatrici dei servizi pubblici locali degli obblighi assunti nei confronti dell'utenza.

### **3. Servizi/ambito di applicazione**

La pubblicizzazione degli obblighi nei confronti degli utenti deve valere in particolare per i servizi a carattere industriale e con un maggiore impatto per la vita quotidiana dei cittadini per i quali la qualità delle prestazioni, indipendentemente dal grado di utilizzo delle singole persone, rappresenta un imprescindibile elemento di qualità della vita di tutti i residenti di Roma ed un eloquente biglietto da visita nei confronti di chi frequenta la città per lavoro o turismo.

In secondo luogo, tale obbligo deve valere anche per quei servizi a fruizione collettiva/diffusa per i quali le modalità di controllo palesino aspetti particolarmente critici. In base a questi criteri, i servizi individuati per una prima sperimentazione della proposta sono il trasporto pubblico locale, l'illuminazione pubblica e l'igiene urbana.

### **4. Contenuto**

La proposta consiste nell'inserimento di un obbligo di informativa diffusa di alcuni fra i più rilevanti parametri contenuti nelle carte di servizio (per i servizi per i quali sono previste), o nei contratti di servizio, secondo le modalità indicate in forma esemplificativa e non limitativa nelle schede allegate.

In termini generali e sintetici, si tratta di invitare gli esercenti i servizi a produrre ed esporre dei cartelli e/o pannelli e/o etichette adesive che richiamino sinteticamente i diritti (e i doveri) degli utenti. Ad esempio, nel caso del trasporto pubblico locale si tratterà di estendere l'informativa già resa con l'affissione delle "condizioni generali di trasporto" (presente in tutte le stazioni della metro e sulle vetture di superficie) in maniera da affiancare agli obblighi i diritti che l'utente vanta.

Nel caso dell'illuminazione pubblica, si tratta di prevedere un'etichetta da affiggere in prossimità di ogni punto luce, con l'indicazione dei tempi di ripristino in caso di guasto.

Infine, nel caso dei servizi di igiene urbana, la diffusione delle informazioni sulle condizioni di erogazione, può avvenire con etichetta da affiggere sui cestini gettacarte contenenti la frequenza di svuotamento del cestino medesimo e la frequenza di spezzamento della strada, e con analoghe etichette da apporre sui contenitori per la raccolta con indicazione della frequenza e della fascia oraria di svuotamento e di lavaggio.

### **5. Modalità di applicazione, costi stimati e tempi**

La scrivente Agenzia, nell'esercizio del suo mandato istituzionale, intende conformare le proprie proposte, di cui è destinataria l'amministrazione comunale verso la quale esercita la funzione di supporto tecnico, a principi di buona amministrazione che assicurino l'efficacia e l'efficienza dell'attività normativa e degli strumenti attraverso i quali esercita la propria funzione di controllo e regolazione dei servizi pubblici a livello locale, come il contratto di servizio. L'attività istruttoria che ha preceduto la stesura della proposta in oggetto ha preso in esame diverse alternative scegliendo

soluzioni che, per modalità e tempi indicati, hanno il minor impatto sulle imprese erogatrici in termini di costi di adeguamento alla proposta qui avanzata.

Per quanto riguarda il trasporto pubblico locale, il costo previsto riguarda la produzione di un nuovo cartello plastificato, da posizionare in sostituzione/aggiunta di quello riportante le “condizioni di trasporto” già utilizzato dalle aziende all’interno dei mezzi ed in corrispondenza dei capilinea/pensiline/stazioni, recante una nuova sezione relativa agli obblighi verso gli utenti con il contenuto indicativo ed esemplificativo riportato in allegato. Ad una prima ricognizione dello spazio pubblicitario esistente all’interno delle vetture bus e metro non appare, in particolare per le prime, configurarsi un rischio di lucro cessante, in quanto gli spazi pubblicitari risultano al momento largamente inutilizzati. L’affissione del cartello informativo potrà avvenire rispettando il calendario delle attività di manutenzione dell’azienda, secondo quanto già previsto dalla programmazione aziendale.

Per il servizio di raccolta rifiuti, il costo previsto è relativo alla sola produzione di un nuovo cartello adesivo, affisso su tutti i cassonetti distribuiti nella città.

Considerando che le superfici dei cassonetti non rendono agevole/non consentono facilmente l’aderenza di manifesti e che la leggibilità di questi si deteriora con il tempo, sarebbe assai preferibile prevedere nella fornitura di nuovi cassonetti, come previsto nei piani aziendali, uno spazio per manifesti in materiale plastificato contenente l’informativa in oggetto.

Nel caso dello spazzamento stradale, è opportuno utilizzare come spazio di affissione i cestini gettacarte, il cui svuotamento è sotto la responsabilità dello stesso servizio che effettua la pulizia delle strade. L’affissione di una targa informativa potrebbe più agevolmente essere effettuata su paline che riportano gli orari di spazzamento e conseguente divieto di parcheggio, laddove tale infrastruttura fosse sistematicamente prevista nella città di Roma.

Per quanto riguarda il servizio di illuminazione pubblica, si ritiene invece che l’affissione ex-novo di un adesivo in corrispondenza di tutti i sostegni (sono stati censiti ca. 139.000 punti luce di illuminazione pubblica nel territorio comunale al 31/12/2001) sia la soluzione preferibile stante la numerosità ed il ridotto spazio di affissione. Sicuramente però è possibile prevedere l’applicazione di una nuova unica etichetta “integrata” in occasione delle nuove realizzazioni e dei cambi lampade a programma (periodicità due anni). Nel mentre appaiono particolarmente efficaci apposite campagne informative.

In tutti i casi, analogia informativa dovrà inoltre essere resa disponibile presso gli URP municipali, sui siti web delle aziende ed integrando opportunamente i messaggi di cortesia durante l’attesa telefonica ai call center.

I costi stimati in tutti e tre i servizi sono del tutto sostenibili all’interno dei corrispettivi previsti nei rispettivi contratti di servizio.



## TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

### Su gomma e tram

Cartello da apporre all'interno delle vetture:

**L'Azienda si impegna a:**

- Garantire la frequenza/la puntualità delle corse indicata alle fermate
- Fornire informazioni sul proseguimento del viaggio con mezzi alternativi in caso di anomalie o incidenti
- Pulire internamente questo mezzo ... volte a settimana
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Pagare e timbrare regolarmente il titolo di viaggio
- Non sporcare questo mezzo
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI ATAC E' .....

Cartello da apporre in corrispondenza delle fermate ed ai capilinea:

**L'Azienda si impegna a:**

- Garantire la seguente frequenza delle corse:
  - ogni .... minuti, nella fascia oraria dalle ... alle .....
  - ogni .... minuti, nella fascia oraria dalle ... alle .....
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Pagare e timbrare regolarmente il titolo di viaggio
- Non danneggiare le informazioni riportate su questa fermata
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI ATAC E' .....

## Su ferro

Cartello da apporre all'interno delle vetture:

**L'ATAC si impegna a:**

- Garantire la frequenza delle corse indicata alle fermate
- Fornire informazioni sul proseguimento del viaggio con mezzi alternativi in caso di anomalie o incidenti
- Pulire internamente questo mezzo ... volte a settimana
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Pagare e timbrare regolarmente il titolo di viaggio
- Non sporcare questo mezzo
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI ATAC E' .....

Cartello da apporre in corrispondenza delle stazioni:

**L'ATAC si impegna a:**

- Garantire la seguente frequenza delle corse:
  - ogni .... minuti, nella fascia oraria dalle ... alle .....
  - ogni .... minuti, nella fascia oraria dalle ... alle .....
- Pulire questa stazione ... volte al giorno
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Pagare e timbrare regolarmente il titolo di viaggio
- Non danneggiare le informazioni riportate in stazione
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI ATAC E' .....

## IGIENE URBANA

### RSU

Adesivo da apporre sui cassonetti per la raccolta dei RSU:

**L'AMA si impegna a:**

- Svuotare questo cassonetto una volta al giorno, tra le ore ... e le ore ...
- Lavare e disinfettare questo cassonetto ... volte al mese
- Sostituire questo cassonetto, se danneggiato, entro ... giorni dalla segnalazione
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Non lasciare i rifiuti a terra
- Portare i rifiuti ingombranti nelle apposite aree attrezzate AMA
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI AMA E' .....

### RACCOLTA DIFFERENZIATA

Adesivo da apporre sui cassonetti per la raccolta differenziata:

**L'AMA si impegna a:**

- Svuotare questo cassonetto ..... volte al mese, tra le ore ... e le ore ...
- Svuotare questo cassonetto, se pieno, entro ..... giorni dalla segnalazione
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Non lasciare i rifiuti a terra
- Non gettare rifiuti diversi da quelli indicati
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI AMA E' .....

## PULIZIA STRADALE

Adesivo da apporre sui cestini gettacarte:

**L'AMA si impegna a:**

- Spazzare questa strada ... volte al giorno/settimana/mese, tra le ore ... e le ore ....
- Svuotare questo cestino ... volte al giorno/settimana
- Diserbo del marciapiede ... volte l'anno
- .....

**e voi impegnavi a:**

- Non gettare rifiuti a terra
- Raccogliere gli escrementi del vostro cane
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI AMA E' .....

## ILLUMINAZIONE PUBBLICA

Etichetta da apporre sui sostegni dei punti luce:

**L'ACEA si impegna a:**

- Ripristinare questo punto luce entro ... giorni dalla segnalazione
- Sostituire questo sostegno, se danneggiato e salvo situazioni di pericolo, entro .... giorni dalla segnalazione
- .....

IL NUMERO DEL SERVIZIO CLIENTI ACEA E' .....



*Bernardo Pizzetti*

PRESIDENTE

*Federico Colosi*

VICE PRESIDENTE

*Sergio Migliorini*

CONSIGLIERE

*Mario Gelpi*

DIRETTORE

L'Agenzia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici Locali del Comune di Roma è stata istituita dal Consiglio Comunale con deliberazione n. 39 del 14 marzo 2002

VIA COLA DI RIENZO 217  
00192 ROMA



TELEFONO 06/367071  
FAX 06/36707212