

# UN PROGETTO DI CUSTOMER SATISFACTION AUDIT – edizione 2024

PER SABAR

Rif. CM24-0002

Maggio 2024



# Agenda

**A** Obiettivi e metodologia di indagine

**B** Immagine e conoscenza del brand e Indicatori di soddisfazione complessiva

**C** Analisi dei driver di soddisfazione

**D** Focus sul tema della tariffazione



# Obiettivi e metodologia di indagine

# Il progetto complessivo

## FASE 1

INDAGINE  
QUALITATIVA  
TRAMITE  
FOCUS GROUP

Gestione di **2 focus group in presenza** di 7/8 partecipanti + riserve  
- 1 focus group per utenti di fascia di età 25-40 anni maschi/femmine  
- 1 focus group per utenti di fascia di età 40-70 anni maschi/femmine

I Focus Group saranno **condotti da moderatori professionisti** in una sala appositamente adibita per la durata di 1 ora e mezza / 2 ore di incontro.  
Verrà fornito un omaggio ai partecipanti e alle riserve, da concordare con il Committente.

**OUTPUT:**  
**Report qualitativo complessivo** delle risultanze derivanti dai due Focus Group, da considerarsi come fase propedeutica per la definizione dei contenuti per l'attività quantitativa

## FASE 2

INDAGINE  
QUANTITATIVA  
BASATA SU  
INTERVISTE SU  
CAMPIONE DI  
UTENTI

Indagine quantitativa di **2.450 interviste complete** di cui 2.000 a privati e 450 ad aziende con **adeguata rappresentatività statistica** dell'universo di riferimento e con una **medesima solidità del dato a livello di gestore**.

**SAN DONNINO: 440 casi** di cui 340 privati + 100 aziende  
**SABAR: 810 casi** di cui 660 privati + 150 aziende  
**AIMAG: 1.200 casi** di cui 1.000 privati + 200 aziende

**OUTPUT:**  
**Report quantitativo complessivo** di tutte le evidenze emerse dall'indagine a livello di totale interviste + **3 report singoli per ciascun gestore**

# Universo di riferimento e campione

E' stato raggiunto il campione obiettivo concordato. In fase di elaborazione si è proceduto ad applicare un peso di ponderazione al fine di rappresentare in modo proporzionale l'universo di riferimento.

| GESTORI / COMUNE        | UTENZE DOMESTICHE | UTENZE NON DOMESTICHE | CAMPIONE UT. DOMESTICHE | CAMPIONE UT. NON DOMESTICHE | CAMPIONE TOTALE | % SU UNIVERSO | MARGINE DI ERRORE (scala 1-10) |
|-------------------------|-------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|-----------------|---------------|--------------------------------|
| <b>SAN DONNINO</b>      | <b>12.450</b>     | <b>2.984</b>          | <b>340</b>              | <b>100</b>                  | <b>440</b>      | <b>3%</b>     | <b>± 0,1</b>                   |
| Fidenza                 | 12.450            | 2.984                 | 340                     | 100                         | 440             | 3%            | ± 0,1                          |
| <b>SABAR</b>            | <b>34.523</b>     | <b>4.862</b>          | <b>660</b>              | <b>150</b>                  | <b>810</b>      | <b>2%</b>     | <b>± 0,1</b>                   |
| Novellara               | 7.041             | 1.035                 | 125                     | 32                          | 157             | 2%            | ± 0,2                          |
| Guastalla               | 6.909             | 733                   | 125                     | 23                          | 148             | 2%            | ± 0,2                          |
| Luzzara                 | 4.379             | 706                   | 90                      | 22                          | 112             | 2%            | ± 0,3                          |
| Reggiolo                | 4.127             | 549                   | 90                      | 17                          | 107             | 2%            | ± 0,3                          |
| Poviglio                | 3.654             | 913                   | 80                      | 28                          | 108             | 2%            | ± 0,3                          |
| Gualtieri               | 2.880             | 345                   | 60                      | 11                          | 71              | 2%            | ± 0,3                          |
| Boretto                 | 2.842             | 261                   | 50                      | 8                           | 58              | 2%            | ± 0,4                          |
| Brescello               | 2.691             | 320                   | 40                      | 10                          | 50              | 2%            | ± 0,4                          |
| <b>AIMAG</b>            | <b>73.780</b>     | <b>10.004</b>         | <b>1.000</b>            | <b>200</b>                  | <b>1.200</b>    | <b>1%</b>     | <b>± 0,1</b>                   |
| Carpi                   | 30.495            | 4.142                 | 300                     | 90                          | 390             | 1%            | ± 0,1                          |
| Mirandola               | 10.842            | 1.550                 | 190                     | 30                          | 220             | 2%            | ± 0,2                          |
| Novi di Modena          | 10.243            | 1.428                 | 80                      | 24                          | 104             | 1%            | ± 0,3                          |
| San Felice sul Panaro   | 4.431             | 364                   | 80                      | 9                           | 89              | 2%            | ± 0,3                          |
| Campogalliano           | 3.522             | 465                   | 80                      | 9                           | 89              | 2%            | ± 0,3                          |
| Concordia sulla Secchia | 3.417             | 428                   | 80                      | 9                           | 89              | 2%            | ± 0,3                          |
| Cavezzo                 | 2.928             | 522                   | 60                      | 9                           | 69              | 2%            | ± 0,4                          |
| Medolla                 | 2.724             | 539                   | 50                      | 8                           | 58              | 2%            | ± 0,4                          |
| San Prospero            | 2.458             | 235                   | 40                      | 5                           | 45              | 2%            | ± 0,4                          |
| San Possidonio          | 1.409             | 183                   | 23                      | 4                           | 27              | 2%            | ± 0,6                          |
| Camposanto              | 1.311             | 148                   | 17                      | 3                           | 20              | 1%            | ± 0,7                          |
| <b>TOTALE</b>           | <b>120.753</b>    | <b>17.850</b>         | <b>2.000</b>            | <b>450</b>                  | <b>2.450</b>    | <b>2%</b>     | <b>± 0,1</b>                   |

Sono state raccolte **2461 interviste complete** di cui:

- 1212 per AIMAG
- 439 per SAN DONNINO
- 810 per SABAR
- 2004 per clienti DOMESTICI
- 457 per clienti BUSINESS.

# Gli ambiti di soddisfazione per il servizio nel dettaglio

Sono stati analizzati tutti i servizi offerti dai gestori nell'ambito della gestione dei servizi di Igiene Ambientale per i gestori San Donnino, SABAR e AIMAG.

| PARTE 1   | PARTE 2 – ANALISI DEI DRIVER DI SODDISFAZIONE             |                           |                           |                       |                           |  |
|---|---|---------------------------|---------------------------|-----------------------|---------------------------|--|
| Conoscenza del gestore<br>+<br>Immagine del gestore<br>+<br>Soddisfazione complessiva | <b>RACCOLTA RIFIUTI</b><br><br>(porta a porta o stradale) | <b>RITIRO INGOMBRANTI</b> | <b>CENTRI DI RACCOLTA</b> | <b>PULIZIA STRADE</b> | <b>CANALI DI CONTATTO</b> | <b>TARIFFAZIONE</b><br>(trattato come tema di conoscenza dell'argomento) |

La rilevazione è stata realizzata mediante interviste telefoniche con tecnica CATI. I soggetti sono stati contattati partendo da elenchi di utenti pubblici. Il field telefonico è stato realizzato nel periodo di Febbraio e Aprile 2024.

# Scala di lettura dei risultati

## Indicatori di soddisfazione su scala 0-100

### Scala di trasformazione

| RISPOSTA   | INDICE      |   |
|------------|-------------|---|
| scala 1-10 | scala 0-100 |   |
| 10         | 100         |   |
| 9          | 88          |   |
| 8          | 77          | <b>77</b> ↑ Soglia di forte soddisfazione |
| 7          | 66          |   |
| 6          | 55          | <b>55</b> ↓ Soglia di insoddisfazione     |
| 5          | 44          |   |
| 4          | 33          |   |
| 3          | 22          |   |
| 2          | 11          |   |
| 1          | 0           |   |



# Immagine e conoscenza del brand e Indicatori di soddisfazione complessiva



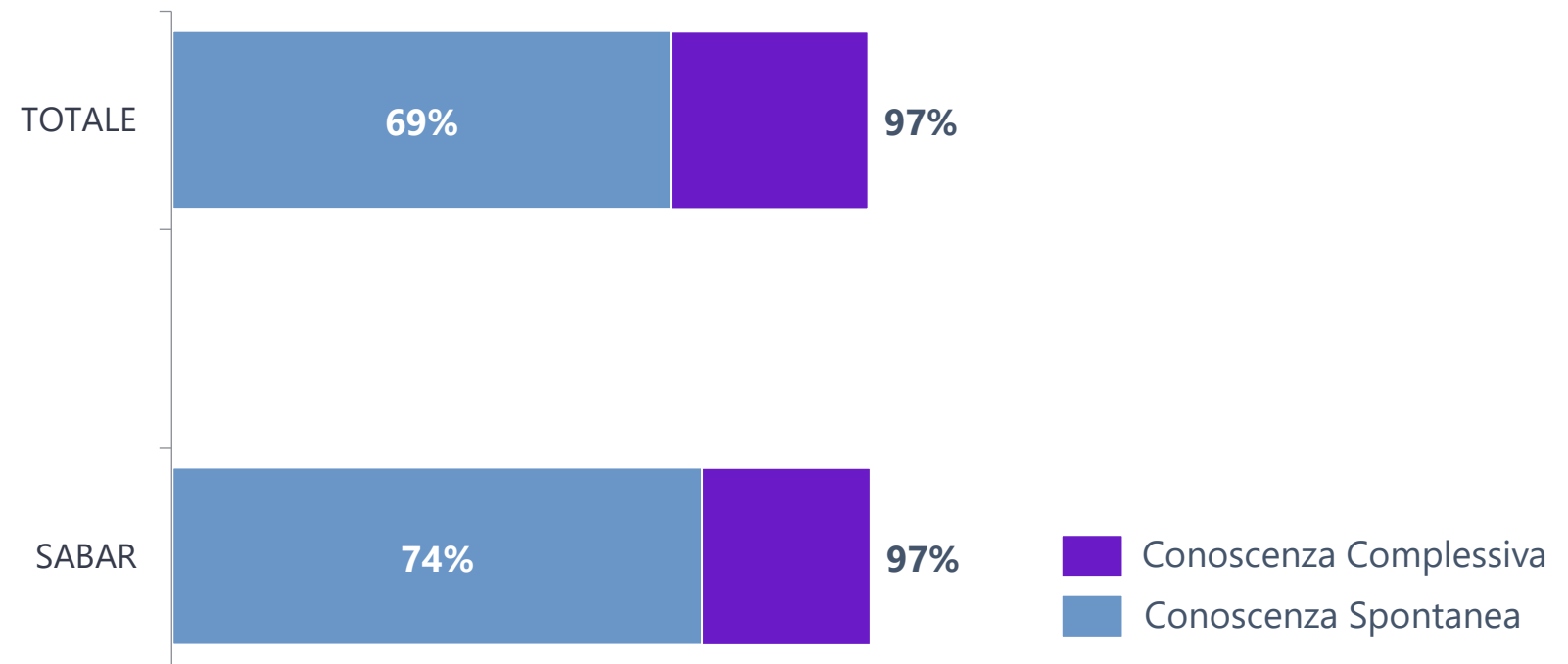
# Il livello di conoscenza spontanea dei gestori è elevato, a livello complessivo raggiunge il 97% sia per SABAR che a livello di Totale Campione

La conoscenza spontanea del brand SABAR è addirittura più elevata rispetto alla media

## AWARENESS

Domanda 1 – CONOSCENZA SPONTANEA: conosce la società che si occupa del ritiro dei rifiuti e della pulizia delle strade?

Domanda 2 – CONOSCENZA SOLLECITATA: la informo che in realtà la società SABAR è l'azienda che gestisce questi servizi di Igiene Ambientale nel suo Comune. Ora che le ho detto il nome si ricorda di averlo sentito nominare o visto qualche insegna?

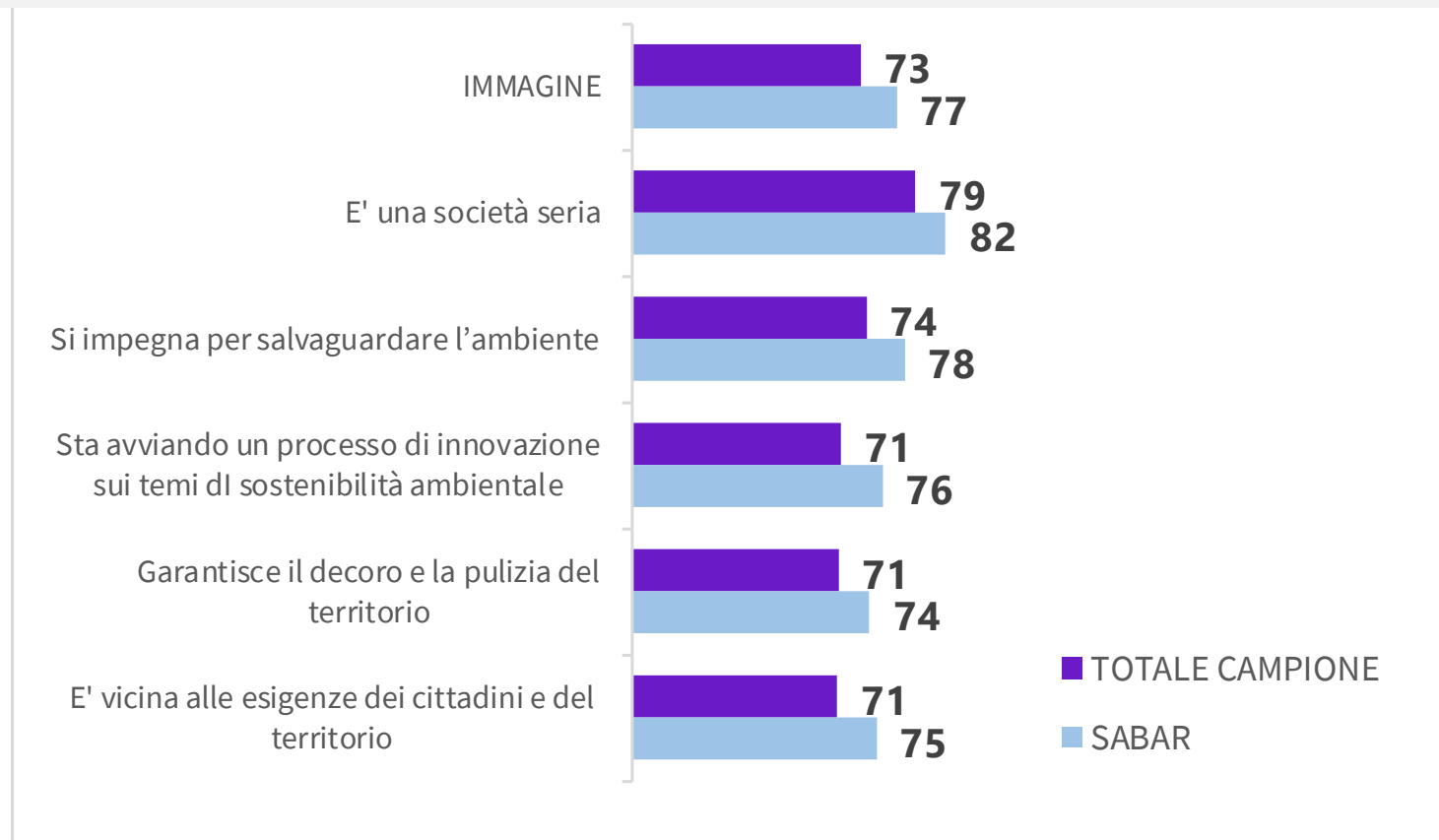


# Indicatore di Immagine: l'immagine di SABAR è forte e consolidata, molto più forte rispetto alla media a Totale Campione

Tutti gli aspetti analizzati raccolgono un livello di accordo più elevato rispetto alla media totale. Indiscussa la serietà riconosciuta e l'impegno verso la salvaguardia dell'ambiente

## IMMAGINE

Le leggerò ora alcune affermazioni su SABAR. Mi dica quanto è d'accordo un voto da 1 a 10



**77**

Soglia di forte soddisfazione

**55**

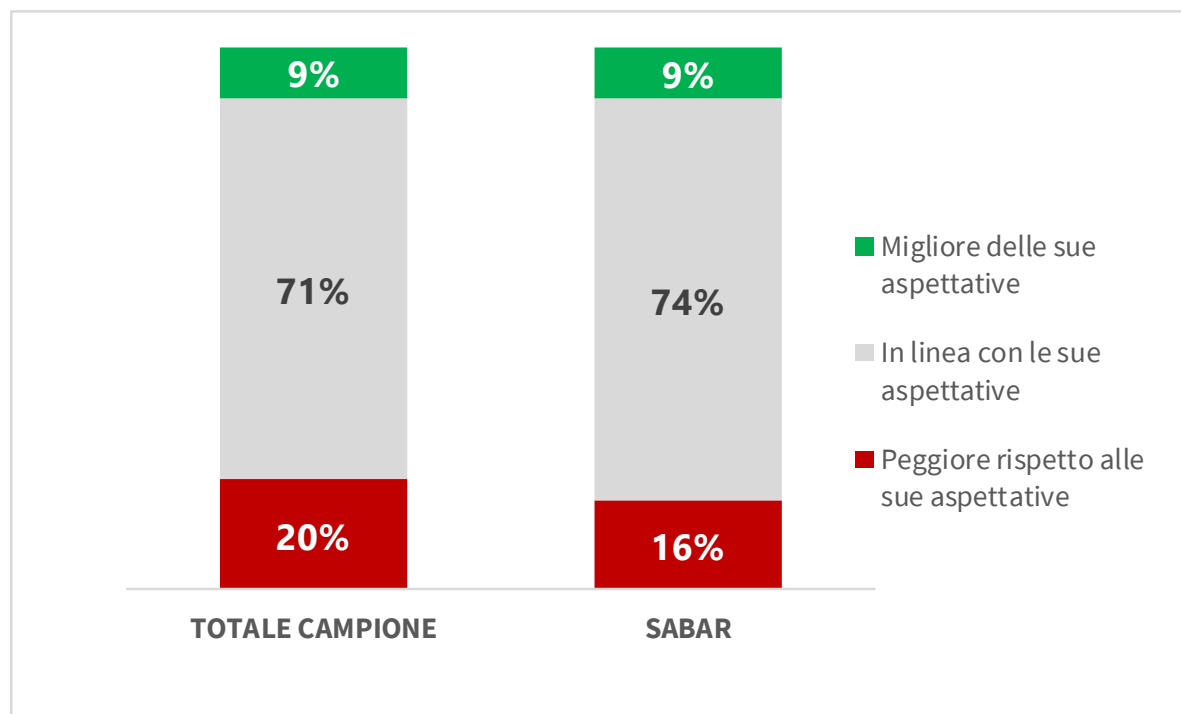
Soglia di insoddisfazione

# In media 8 utenti su 10 sono soddisfatti del servizio di Igiene Ambientale

Gli utenti di SABAR sono mediamente più soddisfatti, con una quota di insoddisfatti pari al 16%, più bassa del 20% a Totale Campione.

## SODDISFAZIONE COMPLESSIVA

Pensando nel complesso ai servizi di Igiene Ambientale del suo gestore ritiene che la sua soddisfazione verso questo servizio sia:



## CLIENTI SODDISFATTI

(utenti con aspettative superate o in linea alle aspettative)

**TOTALE CAMPIONE**  
80% di clienti soddisfatti

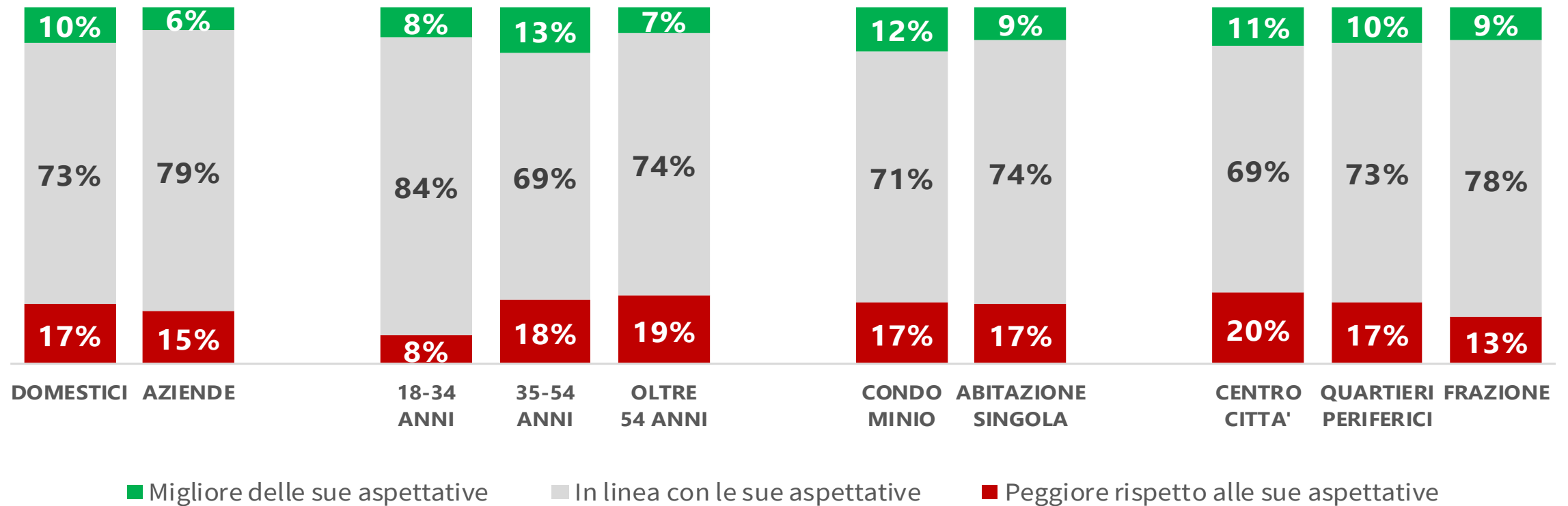
**SABAR**  
84% di clienti soddisfatti

# Gli utenti più insoddisfatti sono la classe più anziana, in modo crescente per aumento dell'anzianità

Si nota una scalarità di soddisfazione anche tra clienti zone: gli utenti del centro città mostrano un livello di soddisfazione più elevato rispetto alle zone periferiche e ancora di più rispetto alle frazioni

## SODDISFAZIONE COMPLESSIVA

Pensando nel complesso ai servizi di Igiene Ambientale del suo gestore ritiene che la sua soddisfazione verso questo servizio sia:

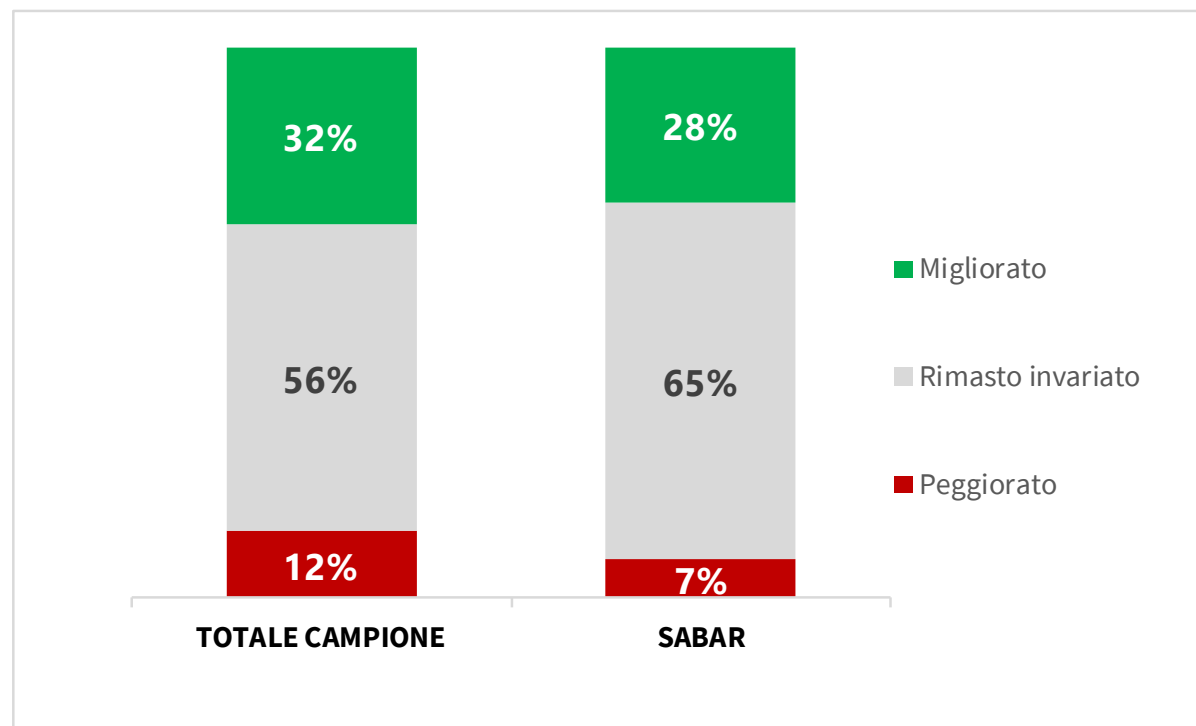


# In generale gli utenti hanno assistito negli ultimi anni a un miglioramento del servizio

Positivo il saldo differenziale tra utenti che dichiarano che il servizio è migliorato rispetto a chi ha notato un peggioramento

## SODDISFAZIONE IN CONFRONTO CON ANNI PRECEDENTI

Pensando nel complesso ai servizi di Igiene Ambientale del suo gestore ritiene che la sua soddisfazione verso questo servizio sia:



# Motivi di insoddisfazione generale: SABAR

Per gli Utenti di SABAR i problemi sono collegati alla pulizia delle strade e alla gestione della raccolta rifiuti. Non si evidenziano temi specifici, si tratta di temi generici legati alla gestione ordinaria

- *Ci sono piazzole senza manutenzione e sporche*
- *Pochi passaggi per l'umido anche per l'indifferenziato*
- *Non mi trovo bene con il sistema porta a porta, mi costringe a mettere i rifiuti davanti casa non decoroso*
- *Non sono sempre presenti. Non fanno bene la pulizia. Dove ci sono i cassonetti non ce pulito.*
- *Margini strade molto sporchi*
- *Poca frequenza di ritiro dell'organico*
- *Pulizia strade carente*
- *Dovrebbero controllare i cittadini che differenziano bene*
- *Perché c'è sempre sporco nelle strade marciapiedi sempre sporchi.*
- *Complessa la richiesta dei contenitori*
- *La raccolta porta a porta avviene, ma in modo disordinato con bidoncini, orari scarica troppo brevi e tassa elevata*
- *I tombini sono intasati*
- *La raccolta Porta a Porta dell'organico non è funzionale causa topi*
- *Spesso non raccolgono i rifiuti*
- *Manutenzione del verde e delle zone dei cassonetti inadeguata*
- *Perché si potrebbe fare una cura migliore per quanto riguarda l'ambiente in generale, migliorare la raccolta*
- *Tempi molto lunghi per gli ingombranti*
- *Perché e' servizio un scarso e perché la tassa è molto alta*
- *Non ce un servizio adeguato per le persone che abitano fuori paese*
- *Centro non mantenuto bene*
- *Vicino ai bidoni c'è molta spazzatura e ci sono molti reclami fra i cittadini*

rotorotororo



# Analisi dei driver di soddisfazione

# Indicatori complessivi a livello di Totale Campione

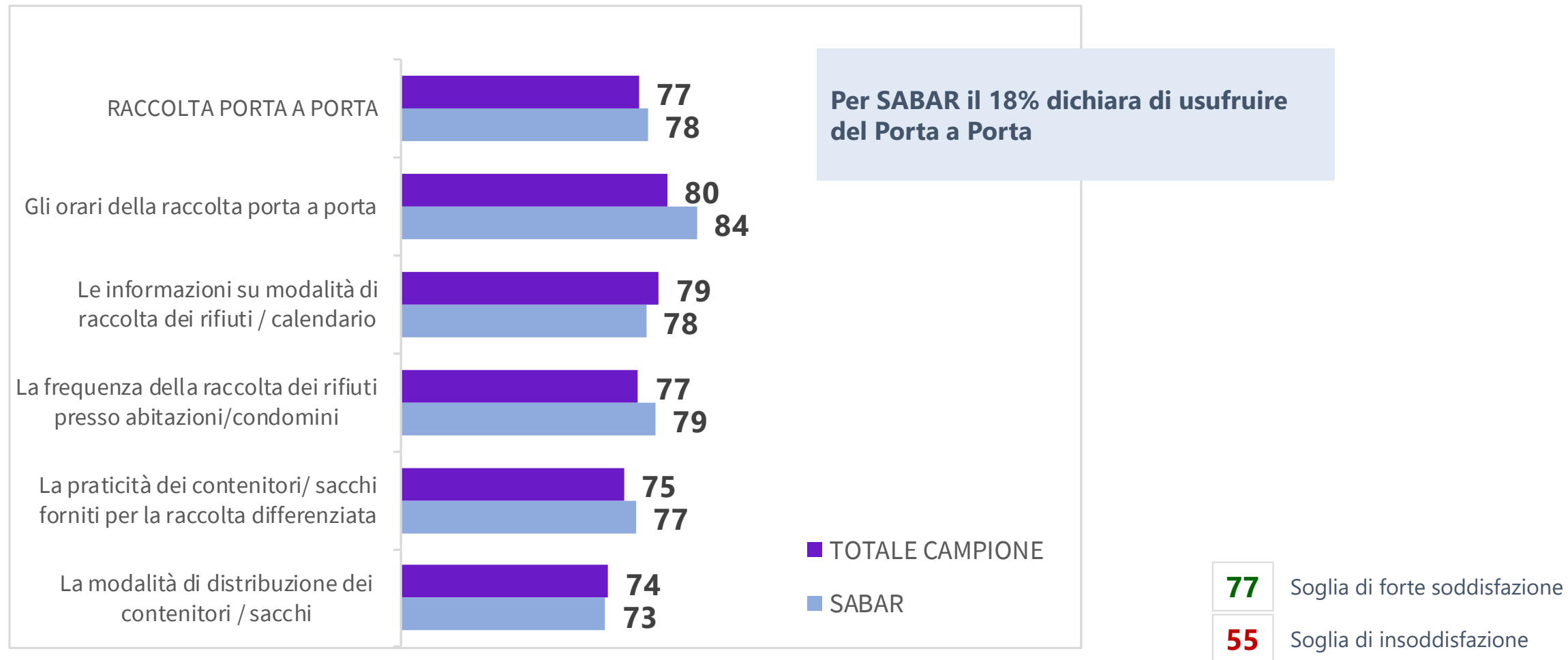
Nessun aspetto raggiunge livelli di forte insoddisfazione. Ritenuti maggiormente performanti i servizi di **ritiro degli ingombranti**, gestione della **raccolta Porta a Porta** e i **centri di raccolta**





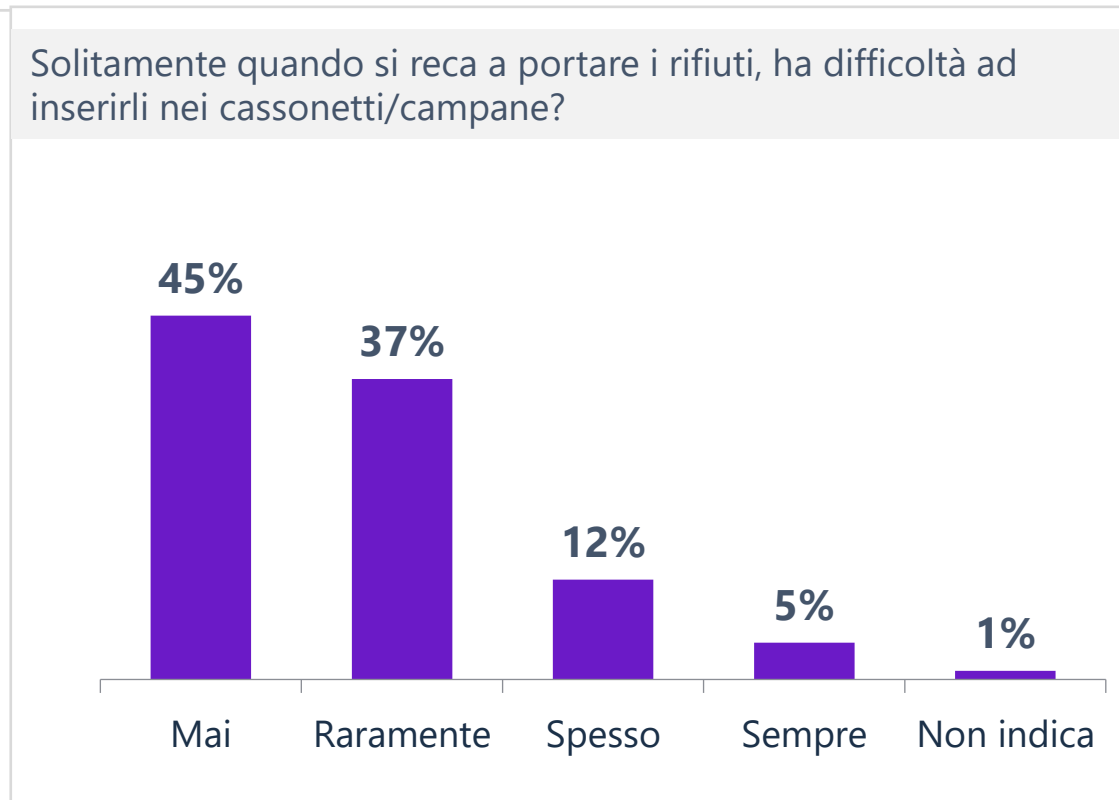
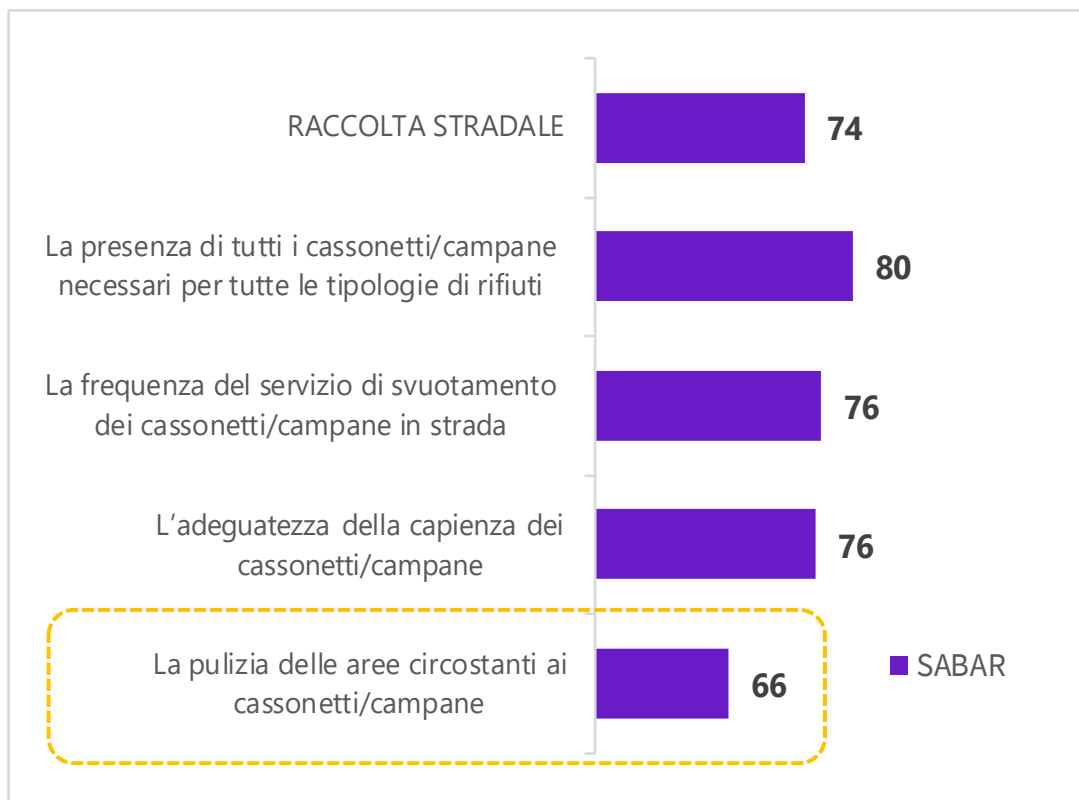
# Raccolta rifiuti urbani Porta a Porta: valutazioni positive per gli utenti che usufruiscono di questo servizio. SABAR ottiene valutazioni sopra media

Particolarmente elevata la soddisfazione per gli orari della raccolta e la frequenza di raccolta. Leggermente sotto media solo il tema della modalità di distribuzione dei sacchi e le informazioni sulle modalità di raccolta



# Raccolta stradale per gli utenti di SABAR: servizio valutato positivamente

Attenzione alla pulizia delle aree circostanti ai cassonetti e campane dedicati alla raccolta stradale. Altro dato positivo: il 45% degli utenti che usufruisce di questo servizio non riscontra difficoltà nel conferimento all'interno dei cassonetti a disposizione nelle isole stradali

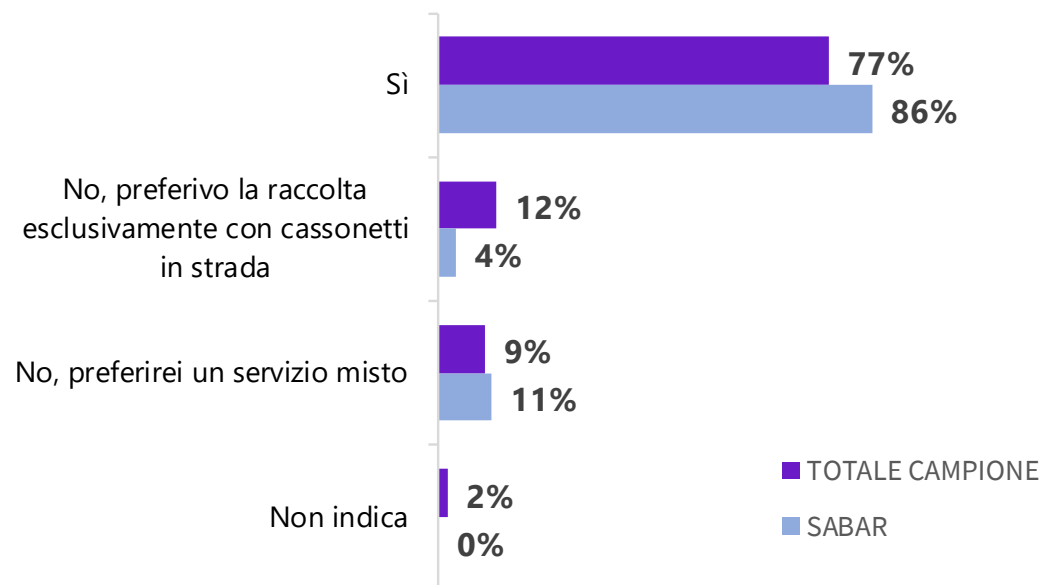


# Servizio Porta a Porta e Raccolta Stradale a confronto

I due servizi sono ben apprezzati dagli utenti che ne usufruiscono, non si evidenziano preferenze marcate per modalità diverse da quelle attualmente in uso

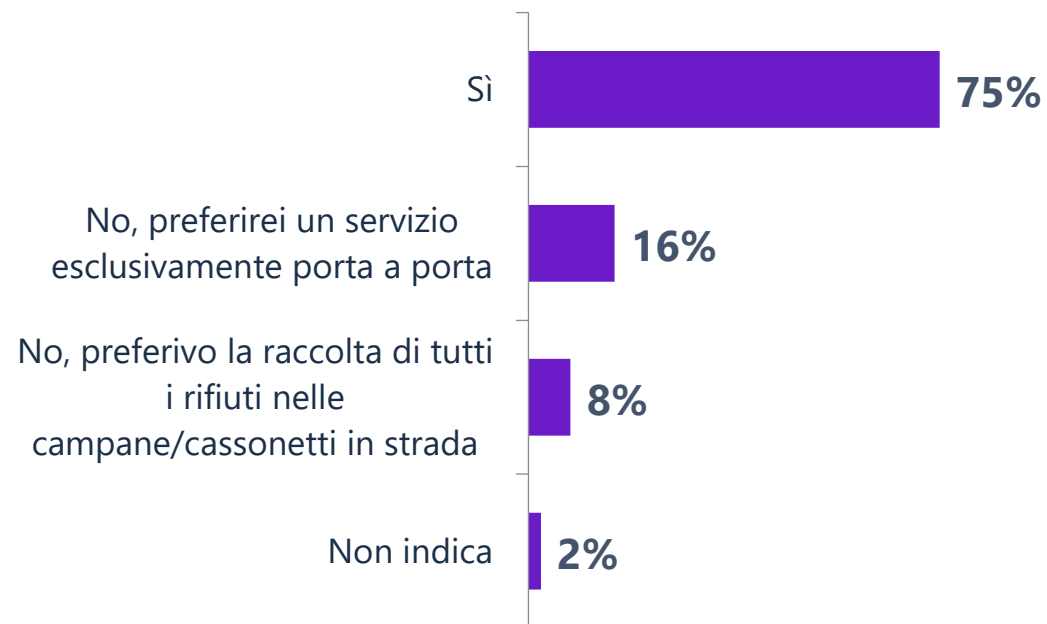
## PER UTILIZZATORI DEL SERVIZIO PORTA A PORTA

Ritiene che la modalità di "servizio Porta a Porta" sia la modalità più adeguata per la gestione dei rifiuti?



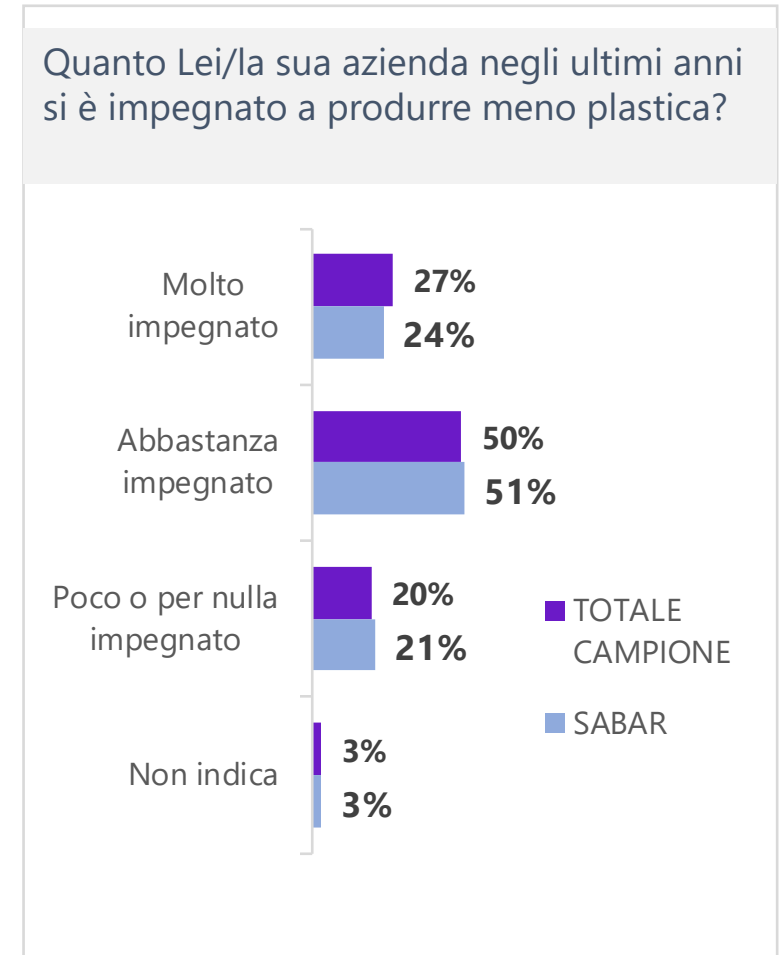
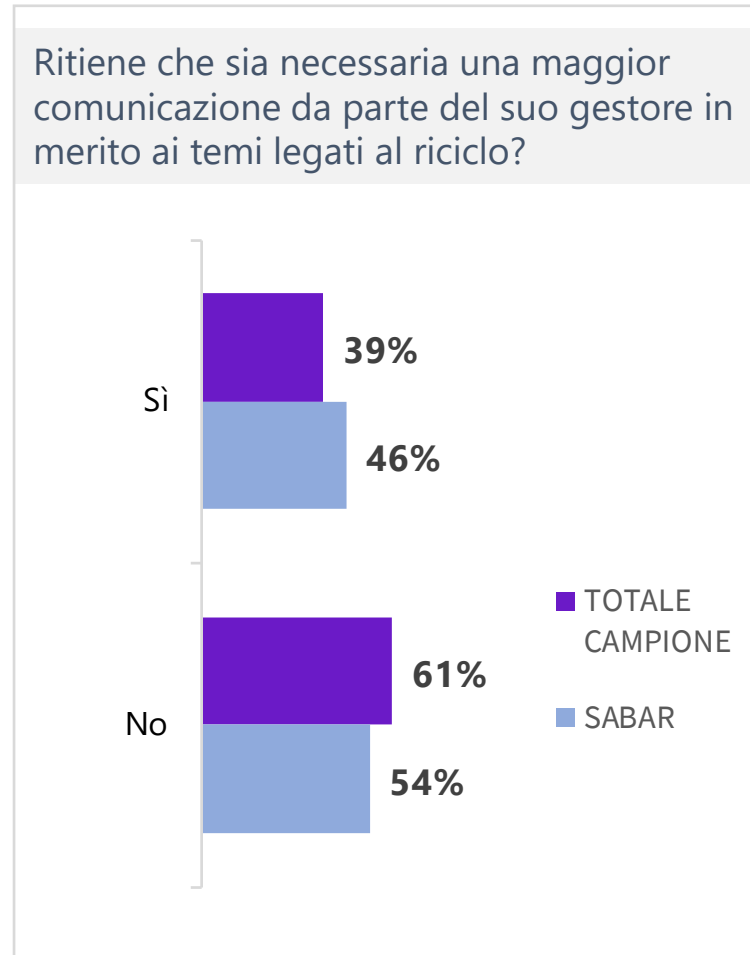
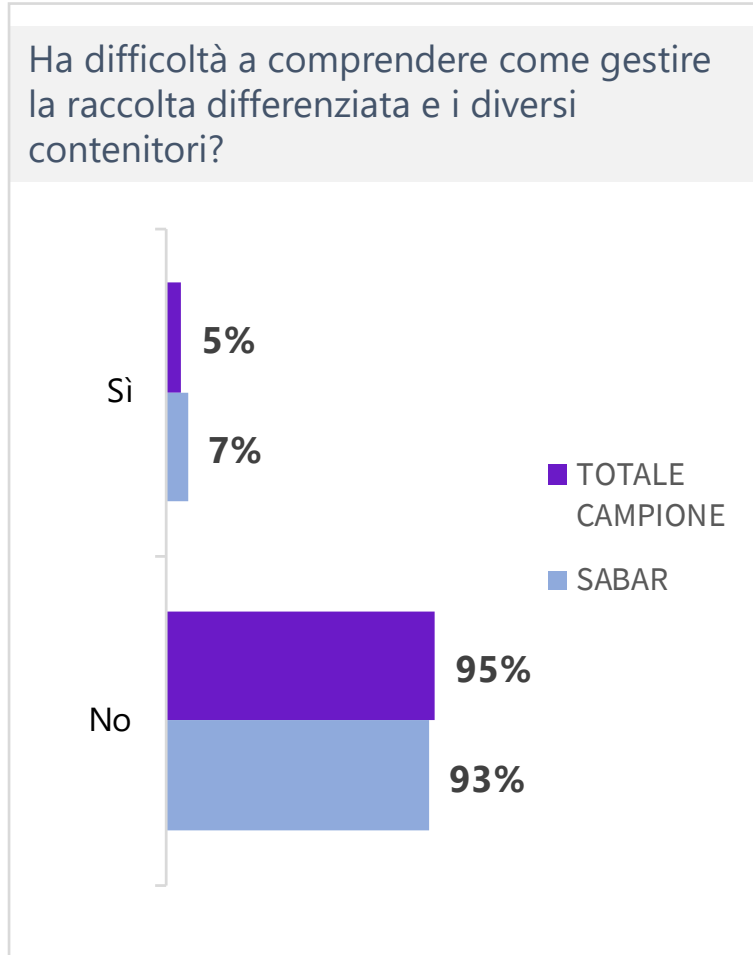
## PER UTILIZZATORI DEL SERVIZIO MISTO (solo per SABAR)

Ritiene che il sistema di raccolta misto (in parte "porta a porta" e in parte con cassonetti in strada) sia la modalità più adeguata per la gestione dei rifiuti?



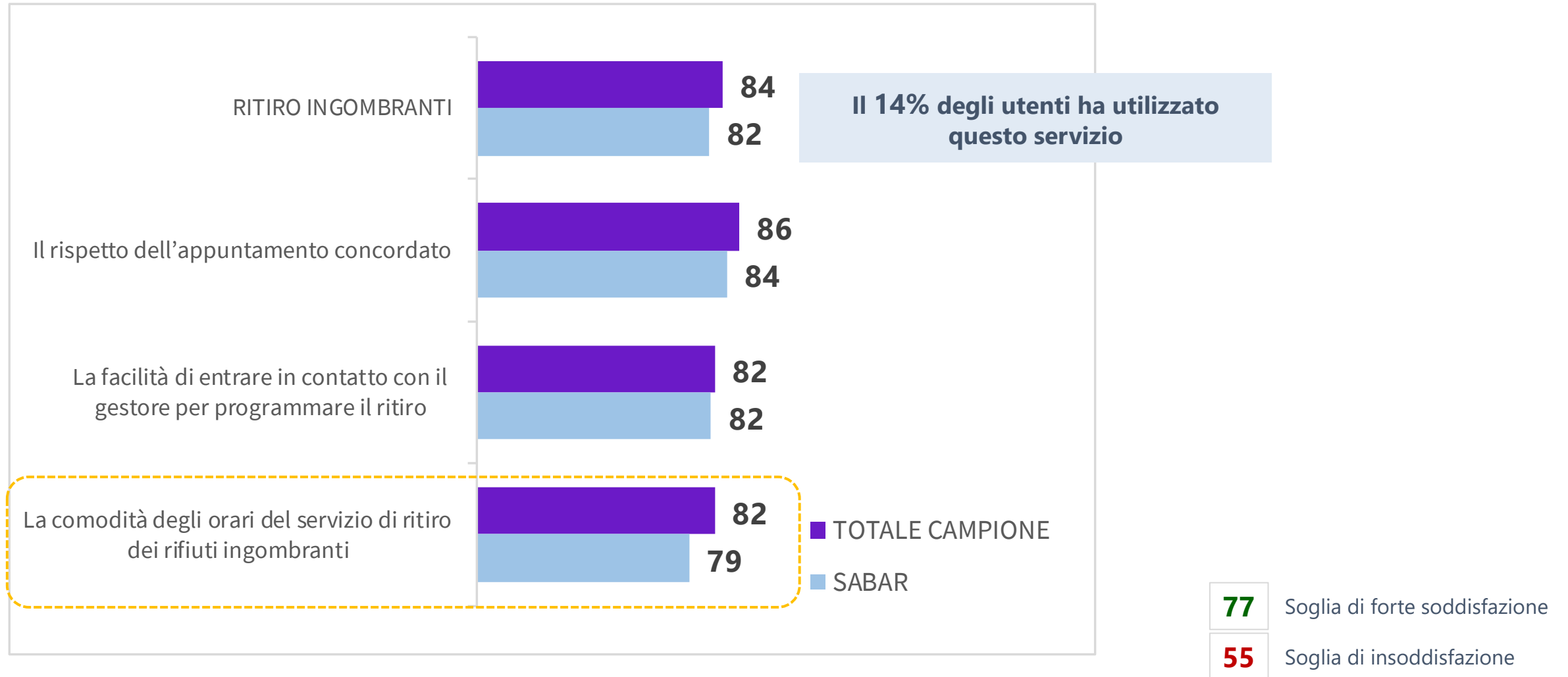
# Temi della raccolta: non si evidenziano difficoltà nella gestione delle diverse fazioni di rifiuti differenziati

Nonostante questo, il 46% degli utenti ritiene necessaria una maggior comunicazione da parte dei gestori su questi temi. Quasi 8 utenti su 10 dichiarano di essersi impegnati nella riduzione dei rifiuti di plastica



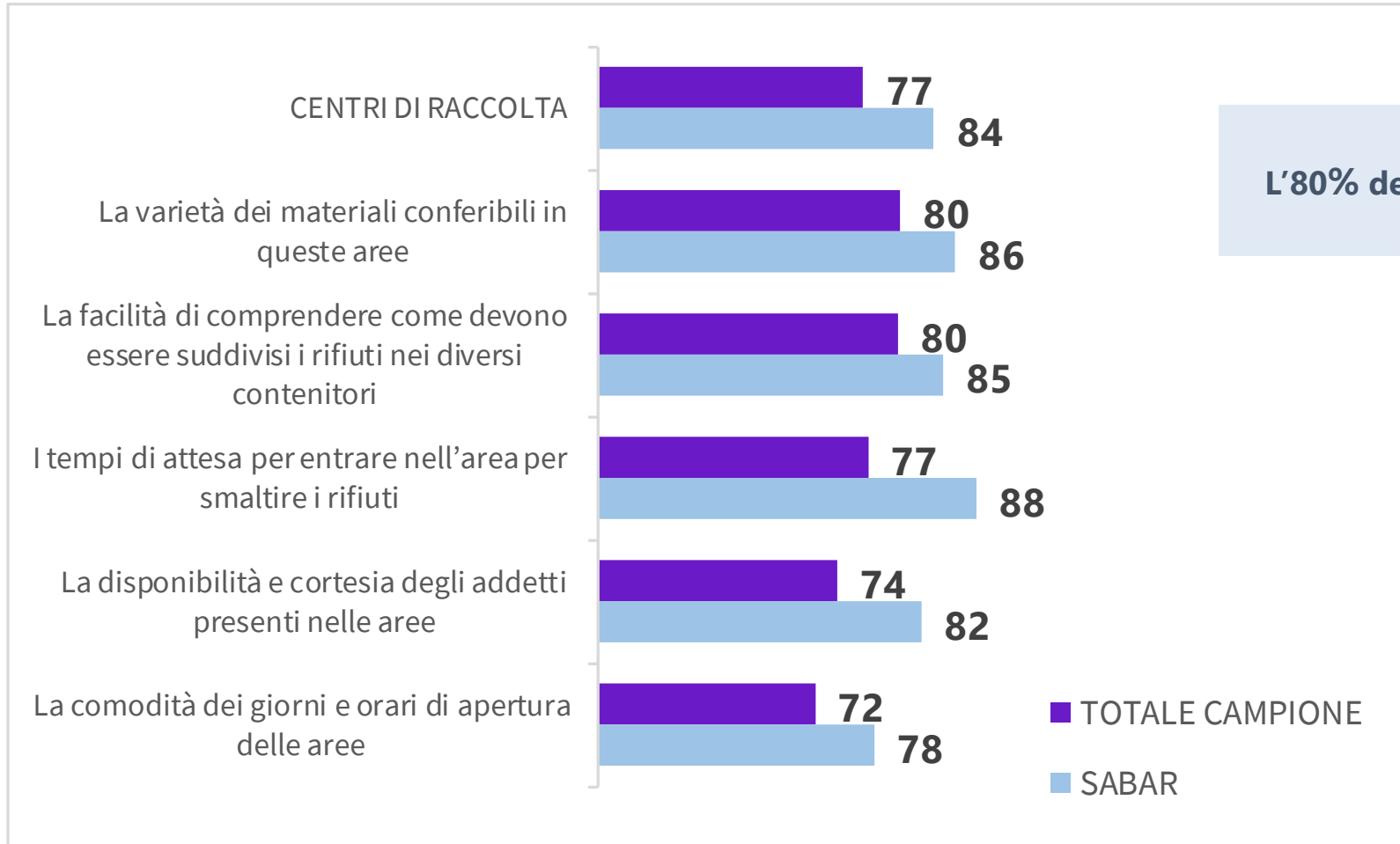
# Ritiro ingombranti: è un servizio molto performante, anche se per SABAR si nota un livello di soddisfazione più contenuto rispetto alla media

Attenzione in particolare alla comodità degli orari del servizio di ritiro



# Centri di raccolta: valutati positivamente. Anche per questo aspetto SABAR ottiene valutazioni superiori rispetto alla media a Totale

Su tutti gli aspetti SABAR ottiene valutazioni superiori alla media



L'80% degli utenti ha utilizzato questo servizio

77

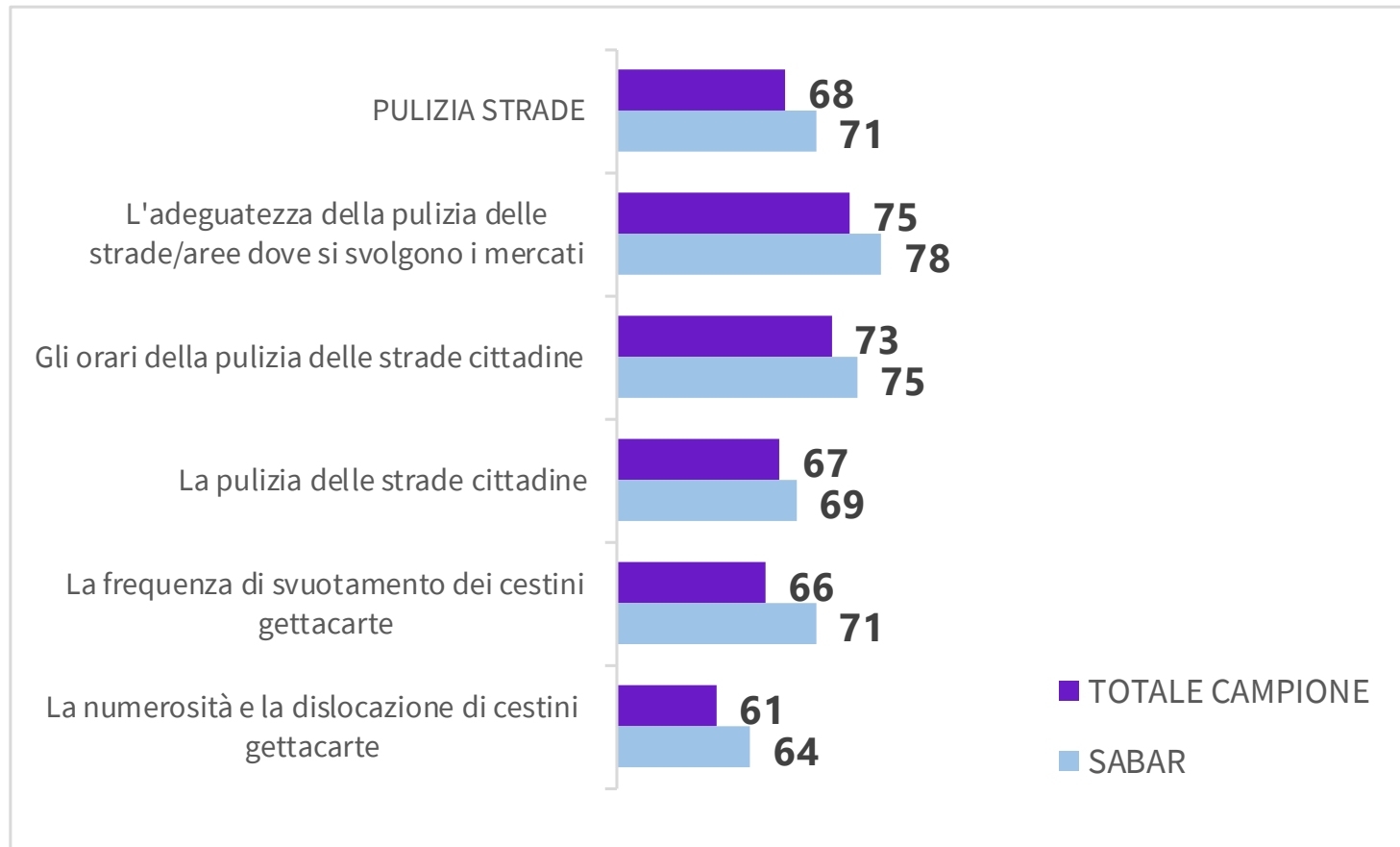
Soglia di forte soddisfazione

55

Soglia di insoddisfazione

# Pulizia delle strade: è sicuramente l'aspetto considerato più critico da tutti gli utenti, indipendentemente dal territorio

Le valutazioni si attestano livelli molto più bassi rispetto a quelli registrati per gli altri servizi. Anche in questo caso però la situazione di SABAR risulta leggermente più positiva rispetto alla media



**77**

Soglia di forte soddisfazione

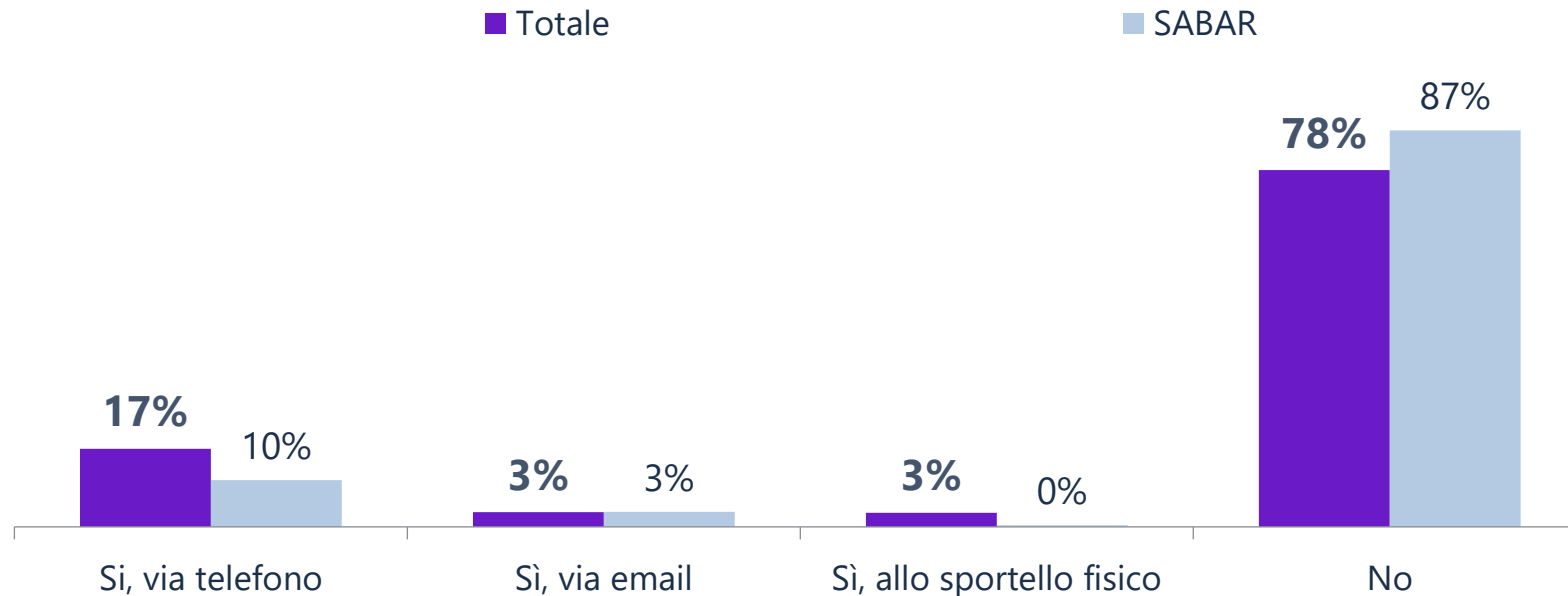
**55**

Soglia di insoddisfazione

# In media il 22% degli utenti contatta il proprio gestore per segnalazioni, informazioni o reclami

Prevalenza per il canale telefonico che pesa in media il 17%, mentre sportello fisico e email sono utilizzati in media dal 3% degli utenti

Nel corso dell'ultimo anno ha contattato il suo gestore per una segnalazione, un reclamo o informazioni sul servizio?

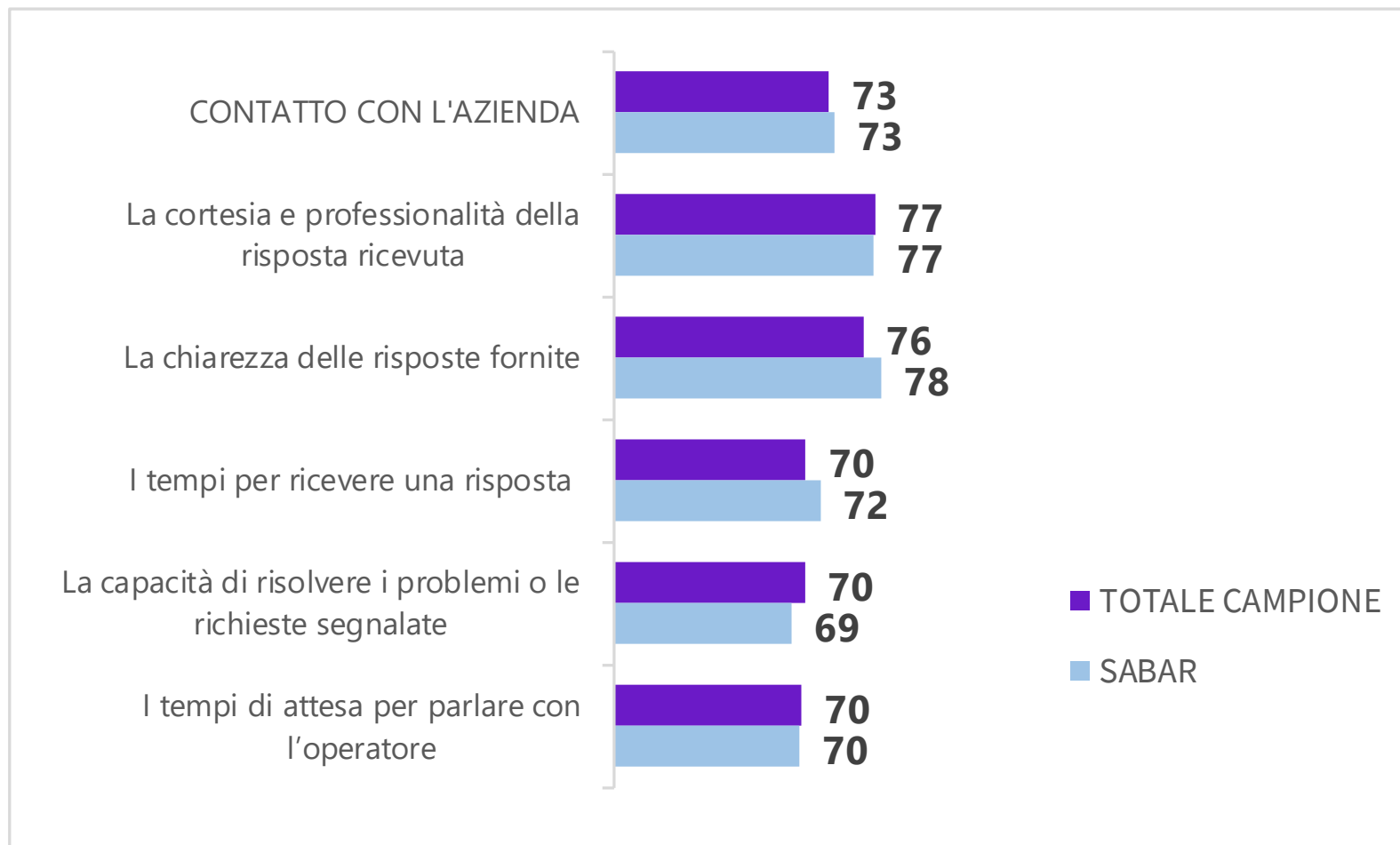


Lo sportello Online, i canali social e il sito Istituzionale non sono stati citati come canali utilizzati per mettersi in contatto con i gestori.



# Canali di contatto: valutazioni positive in particolare per cortesia e chiarezza nelle risposte

Non si evidenziano differenze marcate rispetto alla media. SABAR migliore per chiarezza delle risposte fornite e tempi per fornire una risposta



**77** Soglia di forte soddisfazione  
**55** Soglia di insoddisfazione

# Indicatori complessivi: SABAR si posiziona come il gestore più performante e con un'Immagine più forte e consolidata tra l'utenza

Non si evidenziano forti differenze tra target, se non che il segmento più anziano mostra livelli di soddisfazione più contenuti rispetto agli altri. Si notano livelli di soddisfazione leggermente più contenuti per gli utenti che abitano nelle frazioni

|                          | SABAR | DOMESTICI | AZIENDE | 18-34 ANNI | 35-54 ANNI | OLTRE 54 ANNI | CONDO MINIO | ABITAZIONE SINGOLA | CENTRO CITTA | QUARTIERI PERIFERICI | FRAZIONE |
|--------------------------|-------|-----------|---------|------------|------------|---------------|-------------|--------------------|--------------|----------------------|----------|
| IMMAGINE                 | 77    | 77        | 78      | 78         | 78         | 75            | 78          | 76                 | 75           | 77                   | 78       |
| INDICE DI SODDISFAZIONE* | 78    | 78        | 77      | 79         | 79         | 75            | 79          | 77                 | 79           | 78                   | 77       |
| RACCOLTA PORTA A PORTA   | 78    | 78        | 77      | 78         | 82         | 74            | 77          | 79                 | 77           | 79                   | 78       |
| RACCOLTA STRADALE        | 74    | 74        | 73      | 76         | 77         | 71            | 74          | 74                 | 74           | 75                   | 74       |
| RITIRO INGOMBRANTI       | 82    | 82        | 83      | 97         | 84         | 77            | 85          | 81                 | 82           | 84                   | 79       |
| CENTRI DI RACCOLTA       | 84    | 84        | 82      | 81         | 88         | 81            | 83          | 84                 | 84           | 85                   | 83       |
| PULIZIA STRADE           | 71    | 71        | 71      | 73         | 72         | 69            | 72          | 71                 | 72           | 71                   | 70       |
| CONTATTO CON L'AZIENDA   | 73    | 74        | 73      | 67         | 72         | 76            | 78          | 72                 | 80           | 70                   | 72       |

\*L'Indice di soddisfazione è stato calcolato come media semplice degli aspetti di raccolta, pulizia strade e canali di contatto, al netto della raccolta stradale per omogeneità di indicatore

**77**

Soglia di forte soddisfazione

**55**

Soglia di insoddisfazione

# Cruscotto complessivo per SABAR: situazione positiva sulla maggior parte degli aspetti

|                          | TOTALE CAMPIONE | SABAR |
|--------------------------|-----------------|-------|
| IMMAGINE                 | 73              | 77    |
| INDICE DI SODDISFAZIONE* | 76              | 78    |
| RACCOLTA PORTA A PORTA   | 77              | 78 ●  |
| RACCOLTA STRADALE        |                 | 74 ●  |
| RITIRO INGOMBRANTI       | 84              | 82    |
| CENTRI DI RACCOLTA       | 77              | 84 ●  |
| PULIZIA STRADE           | 68              | 71 ●  |
| CONTATTO CON L'AZIENDA   | 73              | 73    |

## Spunti di miglioramento:

- Attenzione alla popolazione più anziana e a quella che vive nel centro storico
- Sull'ambito della **Raccolta Stradale**, potrebbe essere utile **migliorare la pulizia delle aree circostanti ai cassonetti**
- Il merito al servizio di **Ritiro degli Ingombranti** potrebbe essere utile fare una valutazione sugli **orari del servizio**
- Attenzione anche al tema generale della pulizia delle strade

\*L'Indice di soddisfazione è stato calcolato come media semplice degli aspetti di raccolta, pulizia strade e canali di contatto, al netto della raccolta stradale per omogeneità di indicatore

77

Soglia di forte soddisfazione

55

Soglia di insoddisfazione

rotorotoroto



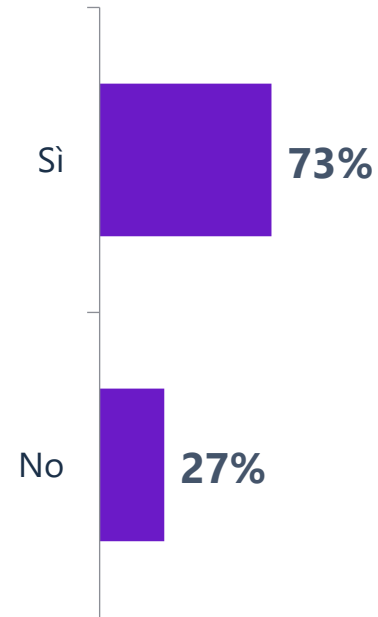
**Focus sul tema della tariffazione**

# Tariffazione per SABAR

Il 73% degli utenti di SABAR è a conoscenza della modalità di calcolo della TARI

La Tariffazione TARI viene calcolata sulla base del numero di componenti familiari e del numero di metri quadrati della abitazione.

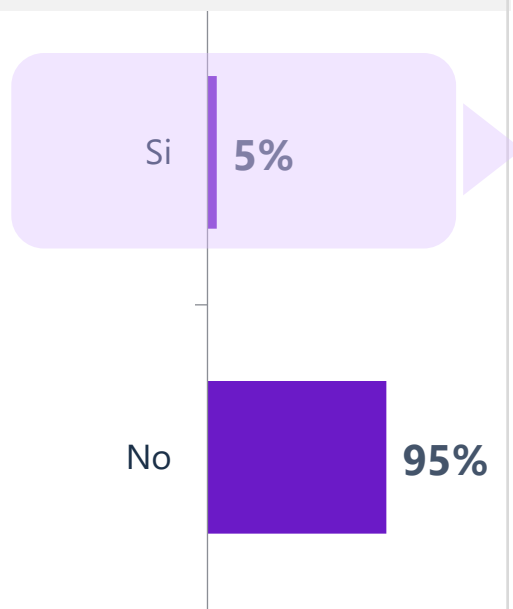
Era a conoscenza di come viene calcolato il tributo di sua competenza?



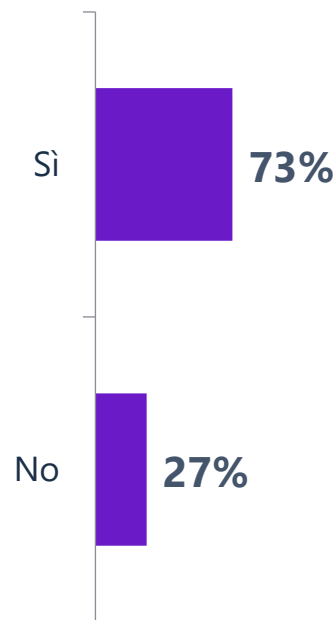
# Canali di contatto per SABAR: il 5% degli utenti si è interfacciato con il Comune per chiarimenti sulla tariffa rifiuti

Nel 73% hanno ricevuto risposte esaurienti, nel 65% è stato facile mettersi in contatto con l'ufficio competente. Il 10% degli utenti a ricercato chiarimenti sui temi di tariffazione sul sito web

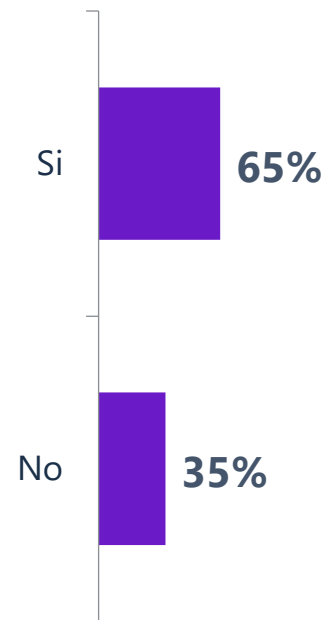
Nell'ultimo anno ha avuto modo di chiedere al suo Comune chiarimenti sulla Tassa Rifiuti da pagare o sulle modalità di dichiarazioni da presentare?



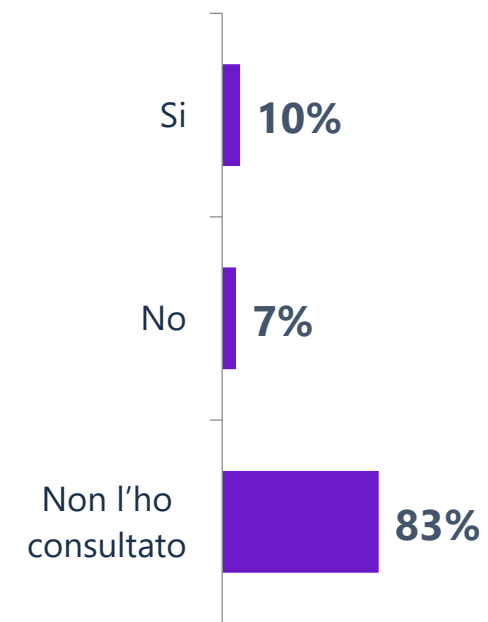
Ha avuto risposte esaurienti alle sue domande?



È stato facile mettersi in contatto con l'ufficio competente?



Sempre per avere chiarimenti sulla Tassa Rifiuti da pagare o sulle modalità di dichiarazioni da presentare ha trovato risposta alle sue domande sul sito internet del suo Comune?



## Iniziativa Cerved

# Riconoscimento Cerved alle aziende virtuose

CERVED attribuisce il **Riconoscimento CSA** per aver dimostrato di essere **un'AZIENDA VIRTUOSA**, in quanto **attenta all'ascolto dei propri clienti**.

Perché è importante misurare la soddisfazione dei clienti?

- per adottare strategie che consentano il **miglioramento continuo** e, quindi, il costante aumento della soddisfazione
- perché **un cliente "molto soddisfatto" ha una probabilità 6 volte superiore** rispetto a quella di un cliente "soddisfatto" di comprare di nuovo lo stesso prodotto/servizio
- perché un cliente soddisfatto **racconta in media la sua esperienza a 5 persone**, quando il costo di acquisizione di un nuovo cliente è di circa 3 volte superiore rispetto al costo di mantenimento di un cliente soddisfatto.

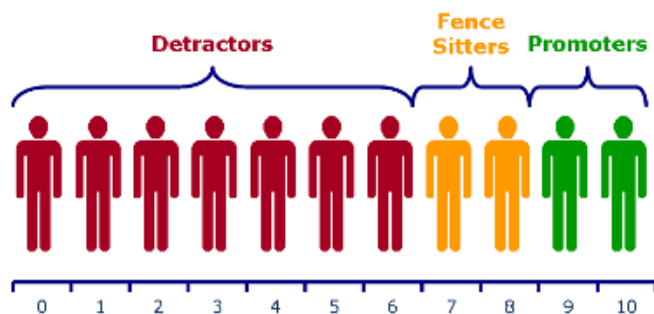
In altre parole, per ottimizzare le performance dell'azienda in termini di **retention** della clientela, aumento del **cross selling** e **prioritizzazione** delle azioni di **intervento**.





# Aspettiamo il tuo **FEEDBACK!**

Compila il nostro questionario che ti invieremo nelle prossime settimane dal nostro indirizzo dedicato [surveycg@cerved.com](mailto:surveycg@cerved.com)  
Aiutaci a sviluppare un **percorso di costante miglioramento** per una solida e duratura collaborazione



 **Cerved** | Market Intelligence  
MARKETING INTELLIGENCE

# Contatti e copyright



FRANCESCA BERGONZONI

+39 393 8954238



EMAIL

francesca.bergonzoni@cerved.com



WEBSITE  
[www.cerved.com](http://www.cerved.com)



NUMERO VERDE  
800 029 029



EMAIL  
[info.marketingsolutions@cerved.com](mailto:info.marketingsolutions@cerved.com)



## Copyright

® Copyright 2023 Cerved Group SpA - Via dell'Unione Europea, 6A-6B - 20097 San Donato Milanese

Tutti i diritti sono riservati. Questa pubblicazione o parte di essa non può essere diffusa, tradotta, riprodotta, adattata, integrata e riutilizzata, in qualsiasi ambito diffusionale, Paese e lingua, con qualsiasi mezzo, anche elettronico senza il consenso di Cerved Group S.p.A. I dati sono stati raccolti in ottemperanza delle Leggi vigenti e scrupolosamente analizzati ma non implicano Responsabilità alcuna per Cerved Group S.p.A.