

Customer Satisfaction Audit 2025

ACSEL s.p.a.



Utenti del servizio di raccolta differenziata nei
37 Comuni serviti da ACSEL S.p.A.

Gennaio/febbraio
2026



DOCUMENTO DI SINTESI

Considerazioni

Considerato che le percentuali di utenti soddisfatti — ovvero coloro che esprimono un giudizio compreso tra 6 e 10 — risultano complessivamente molto elevate, riteniamo opportuno concentrare una parte significativa dell'analisi sull'alta soddisfazione, riferita agli utenti che hanno attribuito un voto tra 8 e 10. Questo approccio consente di individuare con maggiore precisione i margini di miglioramento nella percezione complessiva dei servizi, risultando particolarmente indicato per un'organizzazione che presenta già livelli di soddisfazione consolidati e diffusi.

- Nel complesso, le percentuali di soddisfazione si attestano su valori elevati, con un Customer Satisfaction Index pari al 93,6%, a conferma di una qualità percepita solida e trasversale ai diversi ambiti analizzati. Le performance più elevate si registrano nei servizi a maggiore componente relazionale e digitale. Il **Numero Verde – Servizio Clienti** (99,3%) e il **Sito Web** (99,2%) evidenziano livelli di soddisfazione prossimi alla eccellenza, così come il servizio di **Ritiro Ingombranti** (95,7%) ed il **Centro di Raccolta** (98,4%), che confermano una gestione efficace dei principali punti di contatto con l'utenza.
- Anche la **Raccolta porta a porta** mantiene standard molto elevati, con valori medi superiori al 97%. Le **Isole interrate** (91,5%) e i **cassonetti stradali** (92,3%) si collocano su livelli complessivamente positivi, pur mostrando una maggiore variabilità interna, in particolare sugli aspetti legati al decoro e alla pulizia delle aree adiacenti. Valori relativamente più contenuti emergono nell'area **Comunicazione** (82,1%) e nel **Rapporto qualità-prezzo** (83,8%), che rappresenta l'ambito con il margine di miglioramento più evidente, anche alla luce di un'elevata importanza attribuita dall'utenza.

Nel complesso, il quadro evidenzia un sistema di servizio che si colloca su standard elevati e consolidati, con livelli di soddisfazione diffusa in diversi ambiti. Le differenze emergono principalmente nella capacità di trasformare la soddisfazione in piena eccellenza, aspetto che rappresenta la principale leva strategica per un ulteriore rafforzamento della percezione di valore.

Interventi mirati sulle aree più sensibili potranno contribuire a rendere ancora più omogenea e strutturale la qualità percepita dall'utenza.

DOCUMENTO DI SINTESI

Considerazioni

L'**High Customer Satisfaction Index** si attesta al 54,6%, evidenziando come oltre la metà dell'utenza esprima giudizi di eccellenza (voti 8-10). Il dato conferma una buona capacità complessiva del sistema di generare piena soddisfazione, pur con differenze significative tra i diversi ambiti analizzati.

- Le performance più elevate si registrano nei servizi a maggiore componente relazionale e digitale: il **Numero Verde – Servizio Clienti** (64,7%), il **Centro di Raccolta** (64,6%), il **Ritiro Ingombranti** (65,2%) e il **Sito Web** (57,7%) mostrano una solida incidenza di giudizi eccellenti. Anche il **Giudizio Globale** (53,5%) si mantiene su valori coerenti con la media complessiva.
- Più contenuti risultano invece i livelli di alta soddisfazione nell'area **Comunicazione** (42,9%), nei **Cassonetti Stradali** (40,3%) e nel **Rapporto qualità-prezzo** (28,8%), che rappresenta l'ambito con la minore capacità di generare valutazioni di eccellenza.

Rispetto al 2024 si osserva una flessione piuttosto marcata dei livelli di alta soddisfazione, con una riduzione diffusa della quota di utenti che esprimono giudizi di eccellenza. Il calo, rilevabile in diversi ambiti del servizio, segnala un ridimensionamento della componente più entusiastica della valutazione. Pur in presenza di una soddisfazione complessiva ancora molto buona, il recupero dell'eccellenza rappresenta quindi una priorità strategica per il prossimo periodo.

INDICE

Premessa e Scheda tecnica	5
Aspetti Tecnici	13
Servizi speciali	37
Relazione con l'utenza	45
Giudizio complessivo	65
Customer Satisfaction Index	86
Mappa delle Priorità	74
Indice di omogeneità	77
Notorietà della società	78
Sentiment su possibile sinergia aziendale	81
Incroci	83
Commenti dell'utenza	84

PREMESSA

La misurazione della Customer Satisfaction (soddisfazione degli utenti) costituisce un momento conoscitivo di importanza fondamentale, sia come **metro di valutazione** per l'efficienza del servizio erogato, sia in quanto **punto di partenza** per le azioni future che l'azienda deciderà di effettuare con lo scopo di ottenere un miglioramento della qualità complessiva.

Il monitoraggio ci permette di conoscere le opinioni degli utenti per:

- Capire i bisogni, le esigenze e le aspettative;
- Superare gli scostamenti tra la qualità percepita e la qualità erogata;
- Stabilire degli standard di performance;
- Capire in quale direzione orientare le scelte future;
- Misurare il gradimento, l'impatto dei cambiamenti
- Avviare un processo di miglioramento continuo della qualità del servizio;

Squadra in campo

Statistiche

Simone Mazzaferro

Analisi

Simone Mazzaferro

Grafica

Vittorio Scorrano

Capogruppo team intervistatori

Eugenio di Cesare

Relazioni commerciali

Massimiliano Scioli

Intervistatori

**Silvia Di Miero, Bargana Assogna,
Chiara Novello
Michela Rainone, Valeria Rasponi,
Vincenzo di Stefano, Carloalberto
Silvestri, Annamaria Cosenza,
Giulia Tartaglini, Candela Gaitàn,
Cinzia Copat, Cosimo Dinoi,
Somaya Ait Mbarek
e Anahì Carrera.**

Responsabile generale

David Buccini

PRINCIPALI RISULTATI E FATTORI ANALIZZATI

Per costruire un **INDICE** di **Customer Satisfaction** abbiamo operato sui seguenti fattori del servizio

RACCOLTA PORTA A PORTA
CASSONETTI STRADALI
ISOLE INTERRATE
ECOCENTRO
RITIRO INGOMBRANTI
SPORTELLO
SITO WEB
NUMERO VERDE
COMUNICAZIONE
RAPPORTO QUALITÀ/ PREZZO
GIUDIZIO GLOBALE

Customer Satisfaction Audit 2025

ACSEL s.p.a.

Inoltre, abbiamo indagato sulle percezioni riguardo

NOTORIETA' DELLA SOCIETA'

OPINIONE – SENTIMENT SU POSSIBILE SINERGIA AZIENDALE

SCHEDA TECNICA



UNIVERSO DELL'INDAGINE

Circa 85.000 residenti / utenti nei 37 Comuni serviti da ACSELS.p.A.

TECNICA D'INTERVISTA

C.A.T.I. (Computer Assisted Telephone Interviewing)



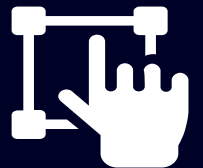
INTERVISTE FINALI

797 interviste
Margine d'errore +/-3,91%



QUESTIONARIO

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza; questionario rivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda



SCHEDA TECNICA

Dati relativi all'indagine svolta

Interviste totali: 797

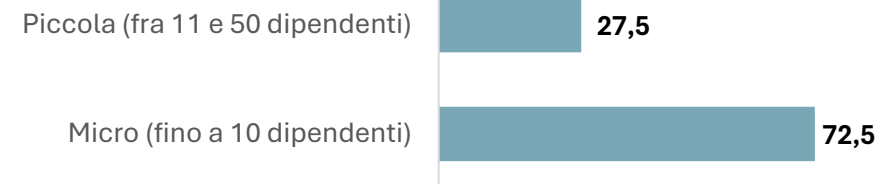
Vengono rispettate le percentuali stabilite dal piano campionario

Tipologia di UtENZE

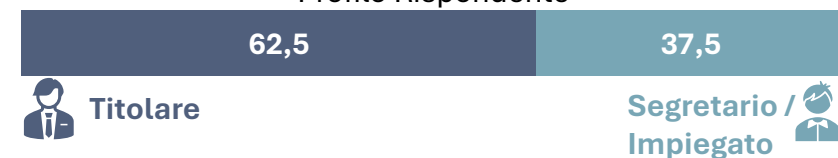


Attività Commerciali

Dimensioni



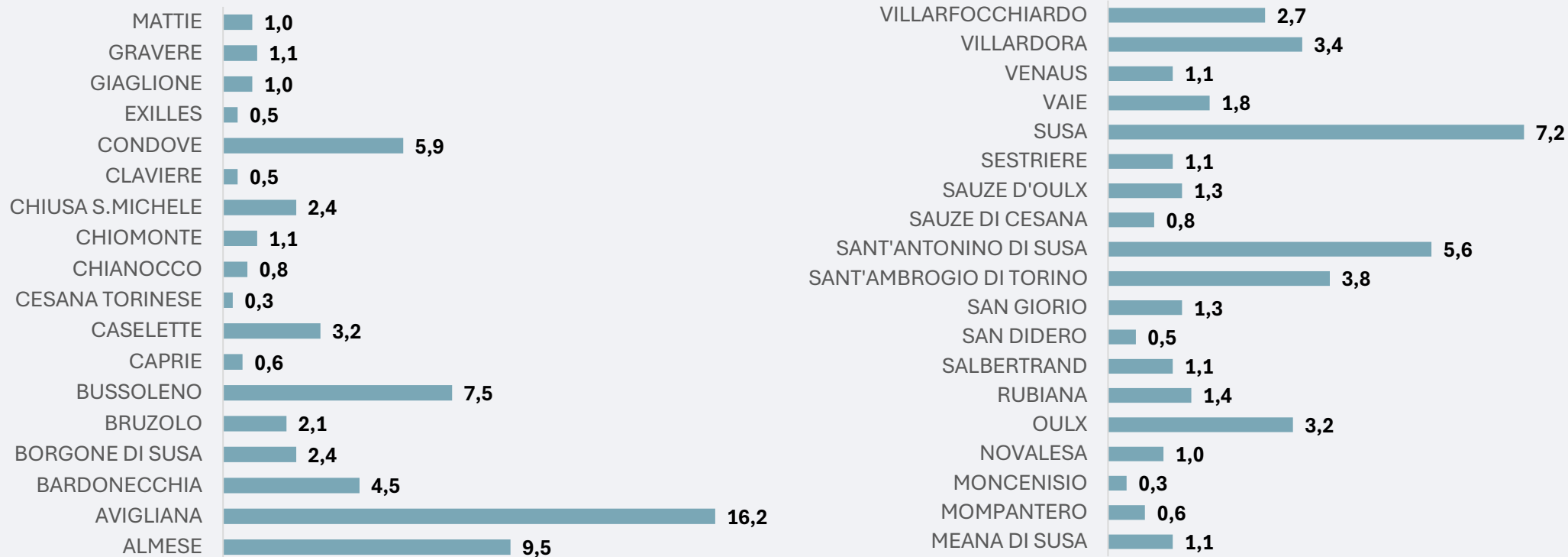
Profilo Rispondente



SCHEDA TECNICA

Dati relativi all'indagine svolta

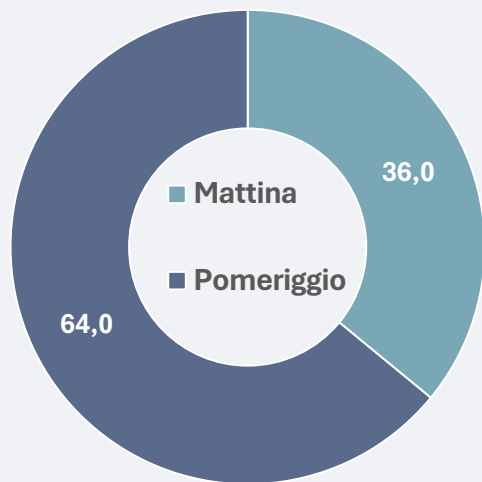
Distribuzione del campione d'indagine per Comune



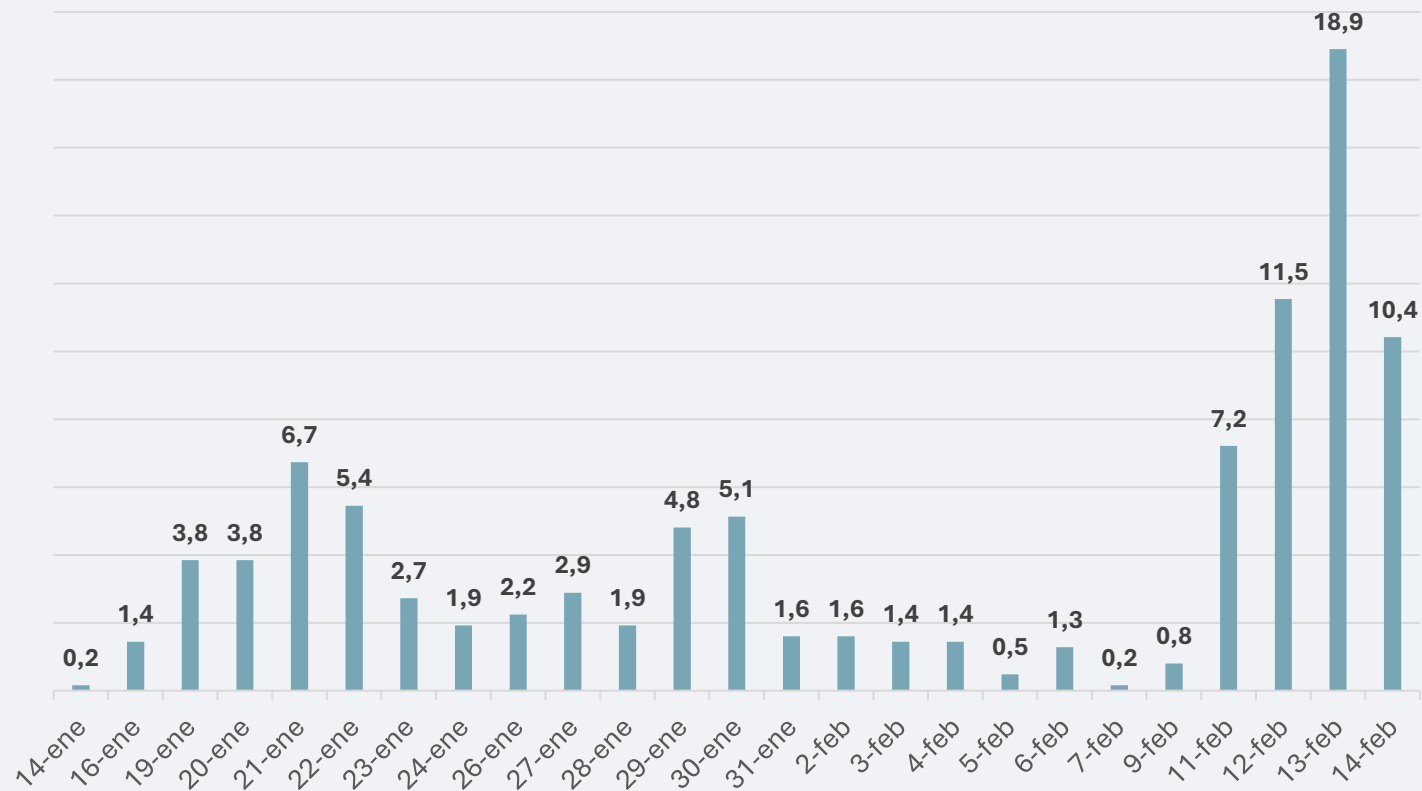
SCHEDA TECNICA: il campione e la metodologia dell'indagine

Dati relativi all'indagine svolta

Orari della Raccolta



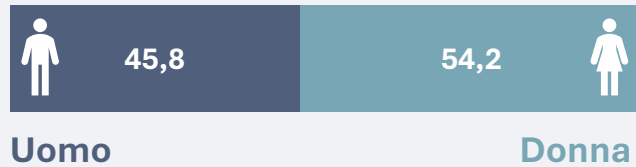
Giorni della Raccolta



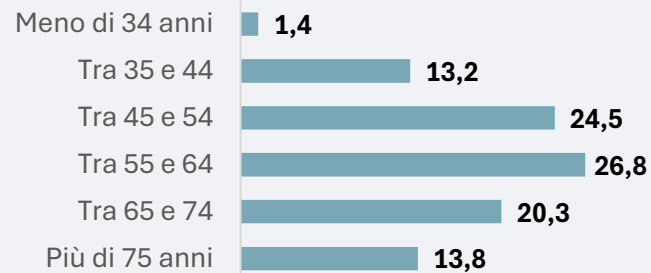
INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE

Dati relativi all'indagine svolta

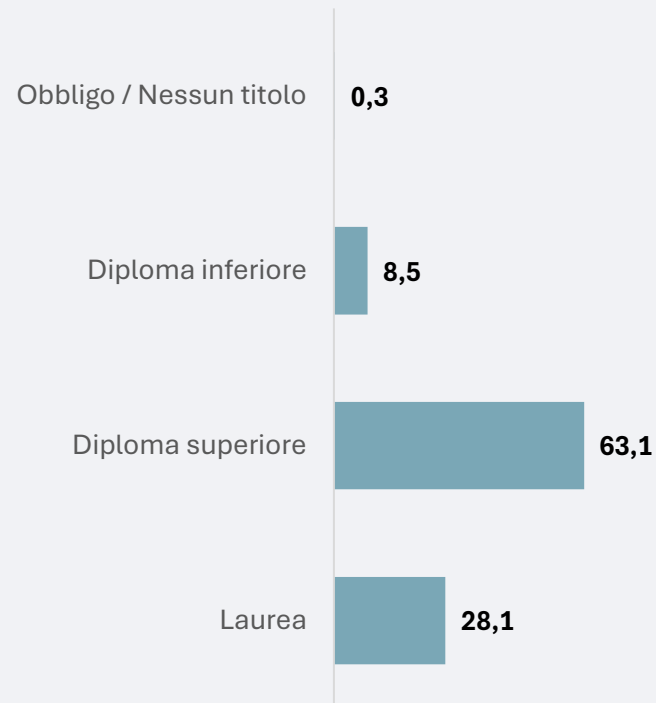
Genere



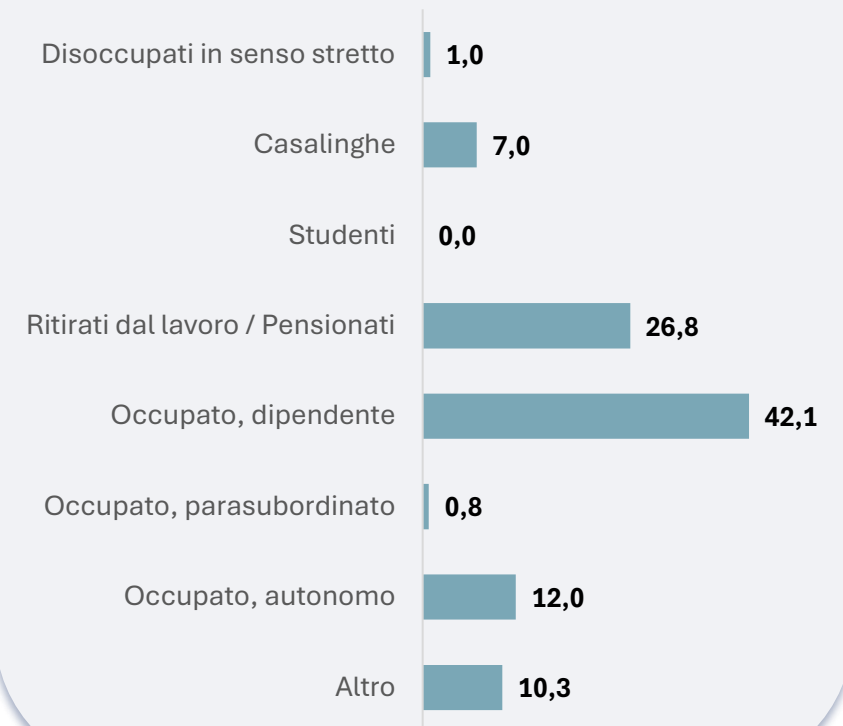
Fasce d'età



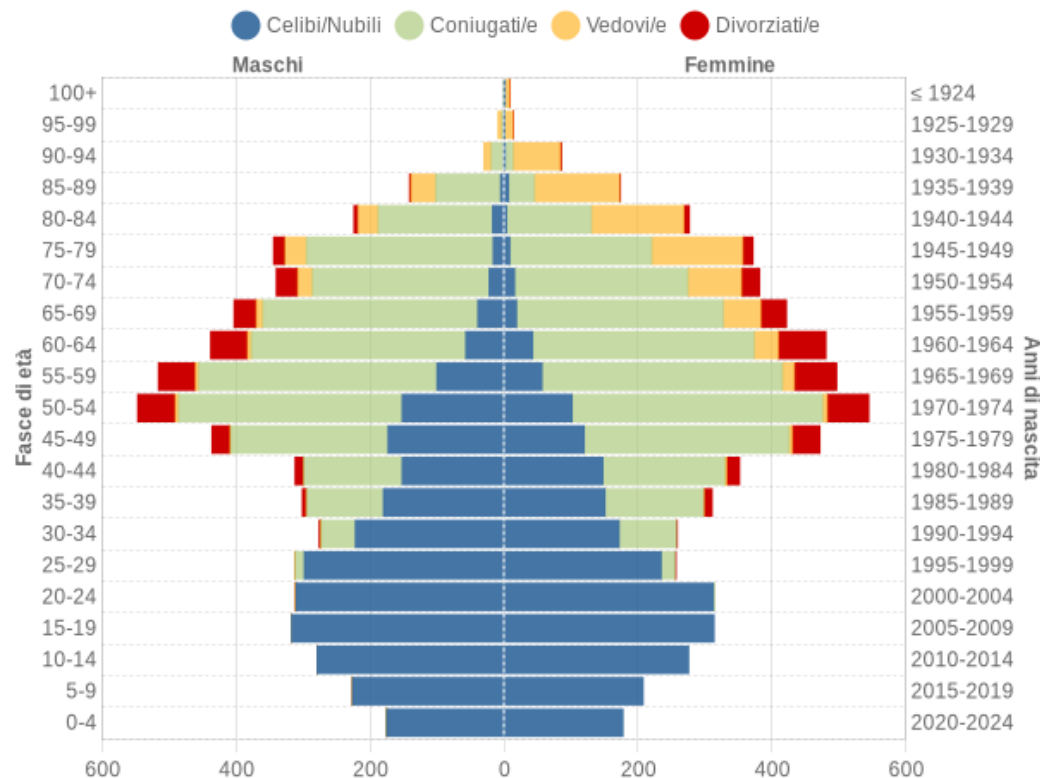
Titolo di Studio



Condizione lavorativa



INFORMAZIONI DEMOGRAFICHE – Dati Istat



Popolazione per età, sesso e stato civile - 2025
 COMUNE DI AVIGLIANA (TO) - Dati ISTAT 1° gennaio 2025 - Elaborazione TUTTITALIA.IT

La Piramide delle Età, rappresenta la distribuzione della popolazione residente ad Avigliana per età, sesso e stato civile al 1° gennaio 202. I dati tengono conto dei risultati del Censimento permanente della popolazione.

Indice di vecchiaia

Rappresenta il grado di invecchiamento di una popolazione. È il rapporto percentuale tra il numero degli ultrasessantacinquenni ed il numero dei giovani fino ai 14 anni. . *Ad esempio, nel 2025 l'indice di vecchiaia per il comune di Avigliana dice che ci sono 240,5 anziani ogni 100 giovani.*



PORTA A PORTA



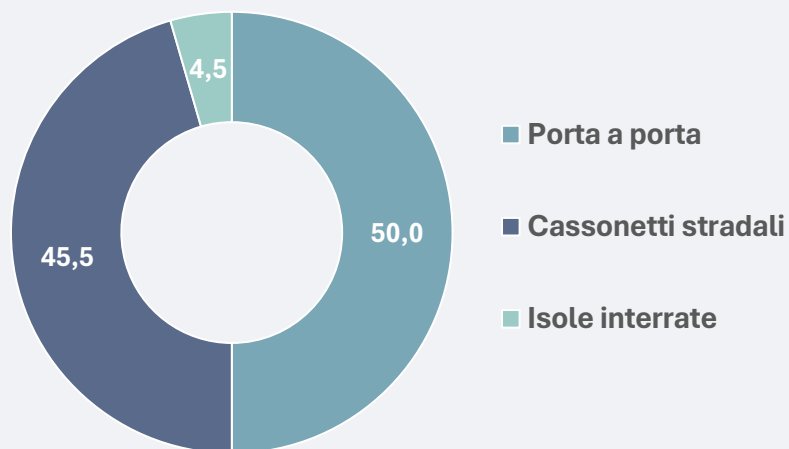
CASSONETTI STRADALI



ISOLE SEMINTERRATE

MODALITÀ DI RACCOLTA

Modalità di raccolta



Questi dati sono relativi alle risposte date dagli intervistati alla domanda posta all'inizio del questionario: "con quale sistema Lei fa la differenziata?"

Raccolta Porta a Porta: Avigliana, Susa, Bardonecchia, Almese, Sant'Ambrogio di torino, Bussoleno, San giorgio, Sant'antonino di Susa, Chianocchio, San didero, Exilles, Moncenisio, Giaglione, Mompantero, Salbert Rand, Gravera, Meana di susa, Condove, Caprie, Caselette, Sauze d'aulx, Sestriere, Rubiana, Vaie, Venaus, Villalrdora, Villarfochiardo

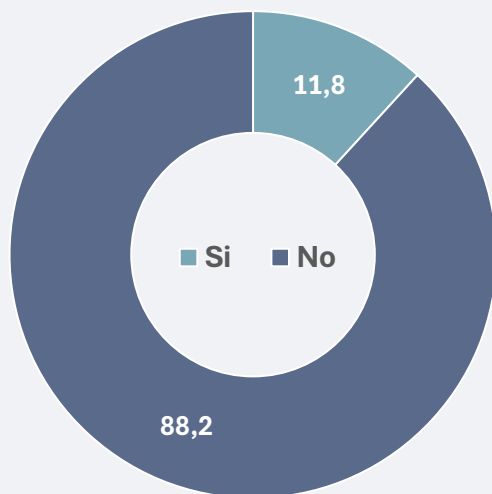
Cassonetti Stradali: Avigliana, Susa, Bardonecchia, Bussoleno, Almese, Cesana Torinese, Chianocco, Borgone di Susa, Chiomonte, Chiusa S.Michele, Bruzolo, Condove, Caprie, Oulx, Sant'antonino di Susa

Isole Interrate: Chianocchio, Avigliana, Susa, Sant'antonino di Susa, Sant'ambroio di Torino, Moncenisio, Oulx

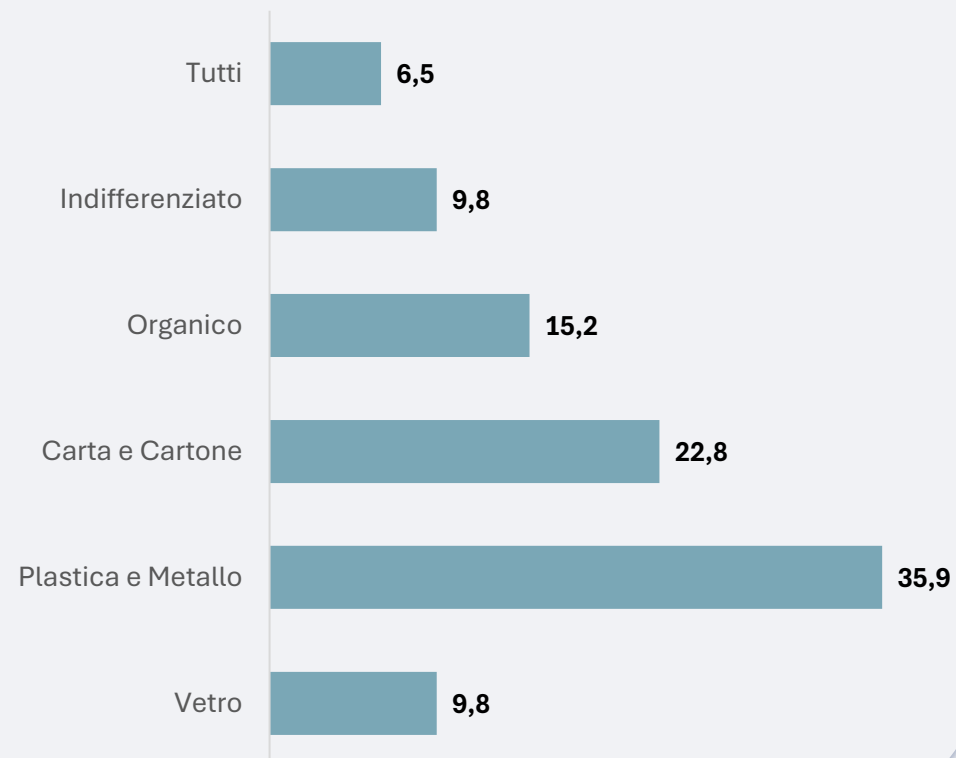
*La ripetizione di alcuni nomi rappresentano comuni in cui la raccolta si svolge con diverse modalità, secondo quanto dichiarato dagli intervistati

RACCOLTA PORTA A PORTA

In merito alla raccolta Porta a Porta, ha incontrato difficoltà nell'eseguire quanto richiesto dal servizio?






Se sì, con quali prodotti ha avuto problemi?



RACCOLTA PORTA A PORTA

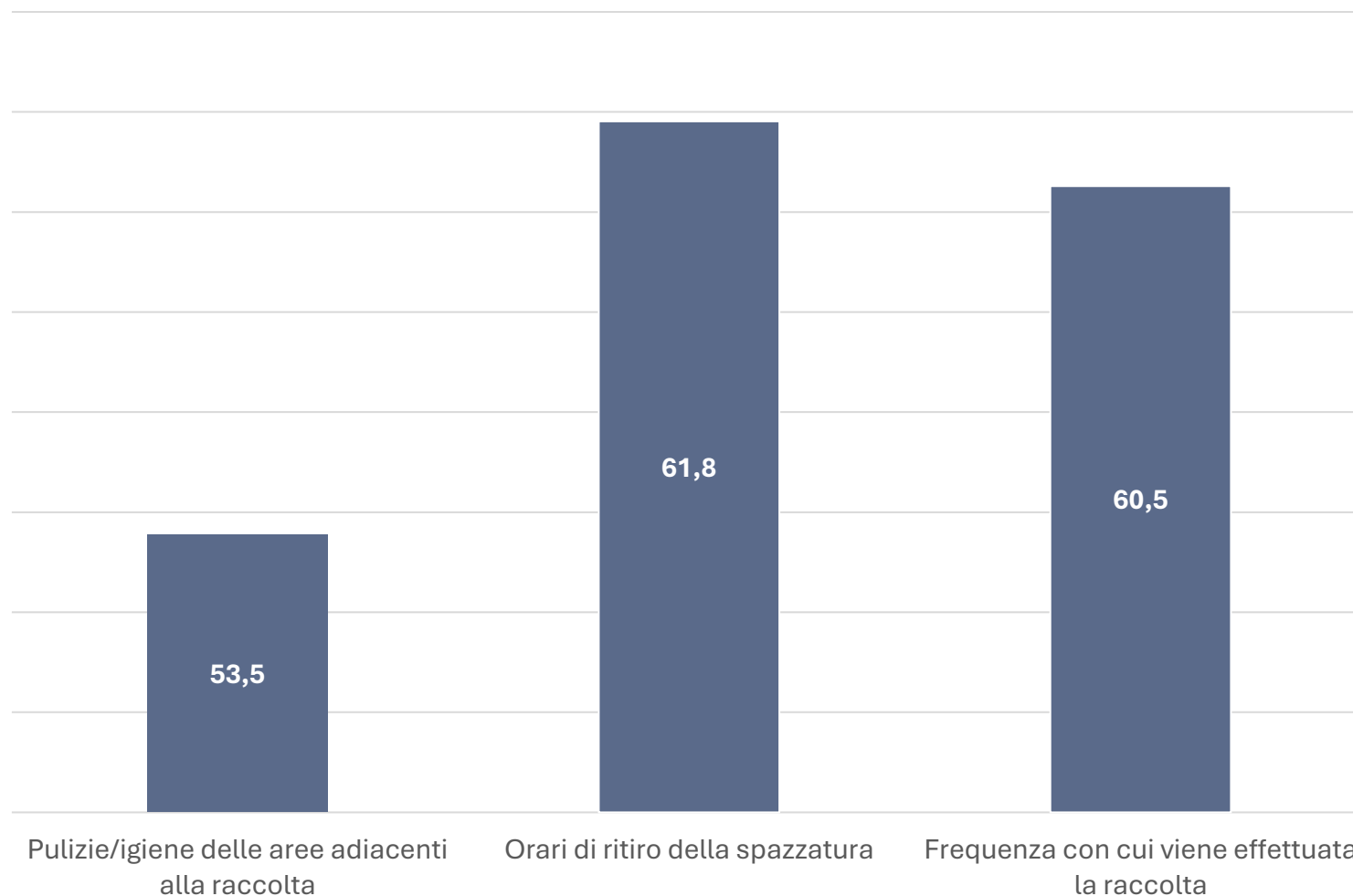
Dati comparati del grado di soddisfazione

Sub Fattori	Distribuzione della soddisfazione	% di soddisfatti	Intensità
Frequenza con cui viene effettuata la raccolta		96,8	7,8
Orari di ritiro della spazzatura		97,7	8,0
Pulizie/igiene delle aree adiacenti alla raccolta		97,1	7,7
Valori medi		97,2	7,8

Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

RACCOLTA PORTA A PORTA

Dati comparati del grado di alta soddisfazione



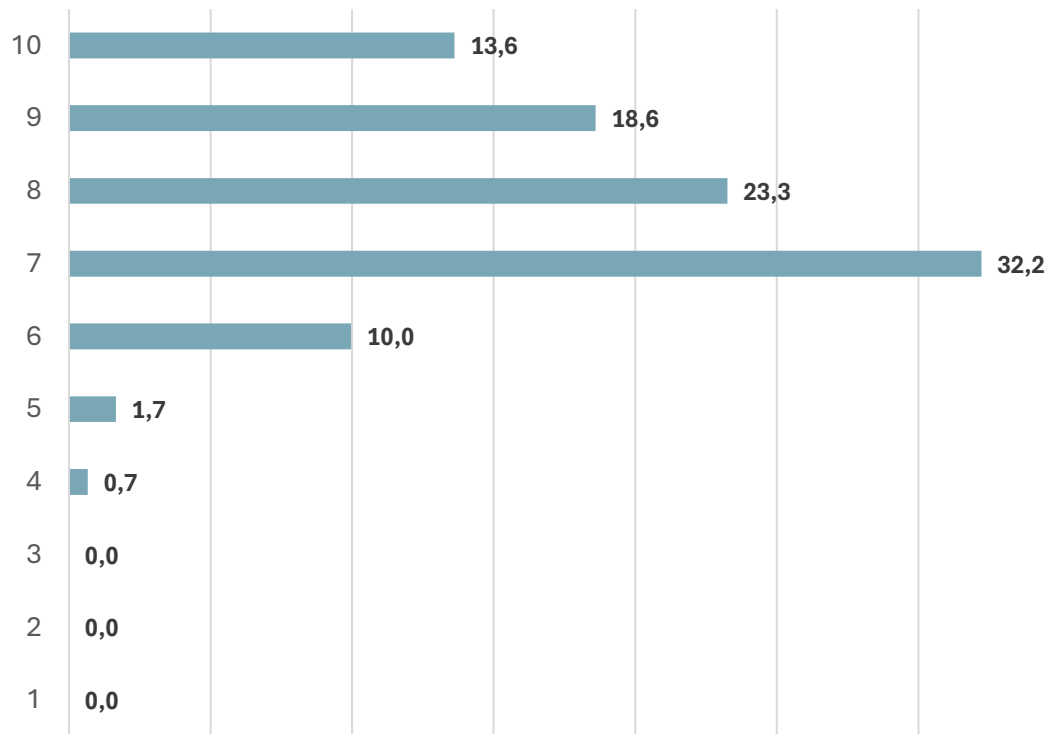
Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

58,6

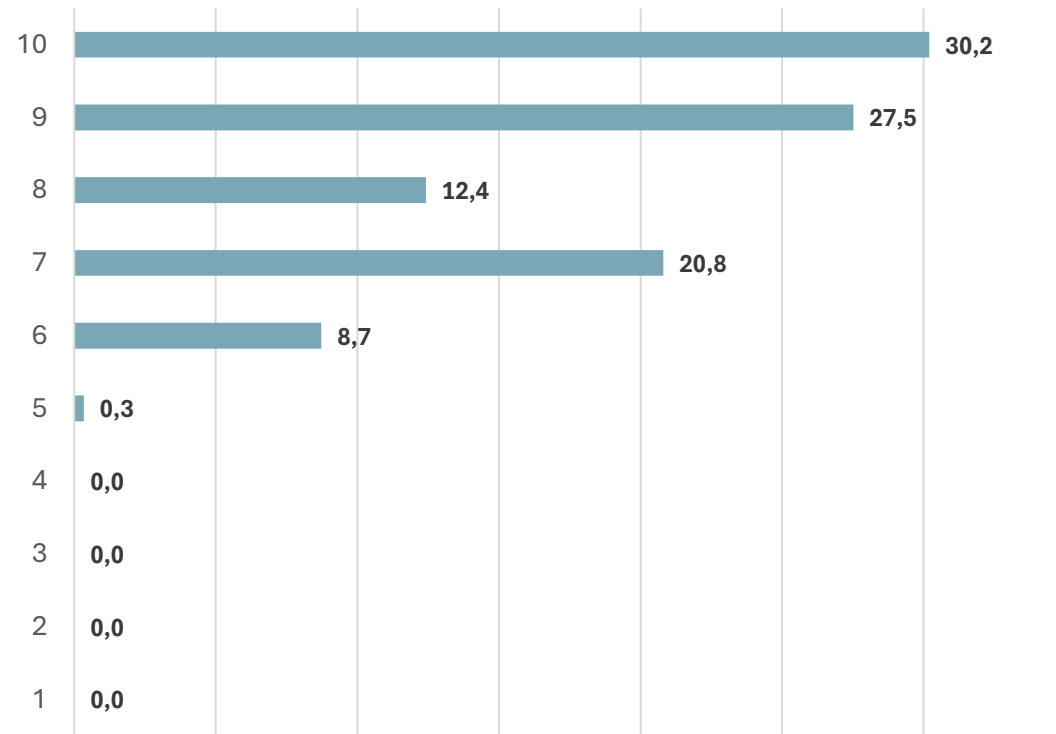
RACCOLTA PORTA A PORTA

Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Alta Soddisfazione	55,5%
Soddisfazione	97,7%

Importanza	99,7%
------------	-------

RACCOLTA PORTA A PORTA

Dati comparati del grado di soddisfazione per tipologia di rifiuto

Nell'orario di raccolta e nella frequenza di raccolta non si notano grandi differenze tra le varie tipologie di rifiuto.

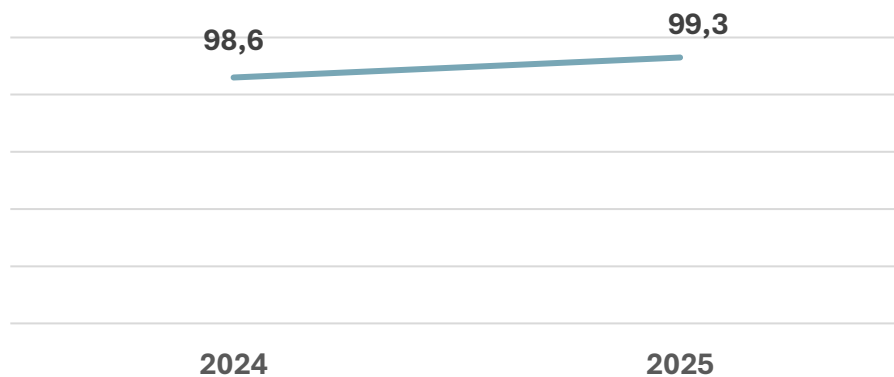
- **Orario di raccolta:** La soddisfazione risulta molto elevata e sostanzialmente omogenea tra le diverse tipologie di rifiuto, con valori compresi tra il 98,0% e il 98,4%. Anche l'alta soddisfazione si mantiene su livelli solidi (61-63%), con il vetro che registra la quota più alta (63,3%) e plastica e organico leggermente inferiori (61,8%), evidenziando differenze contenute.
- **Frequenza di raccolta:** Pur mantenendosi su livelli complessivamente positivi, la frequenza di raccolta mostra una maggiore variabilità tra le tipologie. L'indifferenziato ottiene i risultati migliori (97,1% di soddisfazione; 58,9% di alta soddisfazione), mentre plastica e carta registrano le percentuali più basse nella soddisfazione (93,5%) e la plastica la quota più contenuta di altamente soddisfatti (53,9%), indicando un potenziale margine di miglioramento.

Tipologia	Orario di raccolta		Frequenza di raccolta	
	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	Soddisfazione	Alta Soddisfazione
VETRO	98,4	63,3	96,4	59,8
PLASTICA	98,0	61,8	93,5	53,9
CARTA	98,4	62,7	93,5	58,3
INDIFERENZIATO	98,4	61,9	97,1	58,9
ORGANICO	98,0	61,8	95,8	56,9

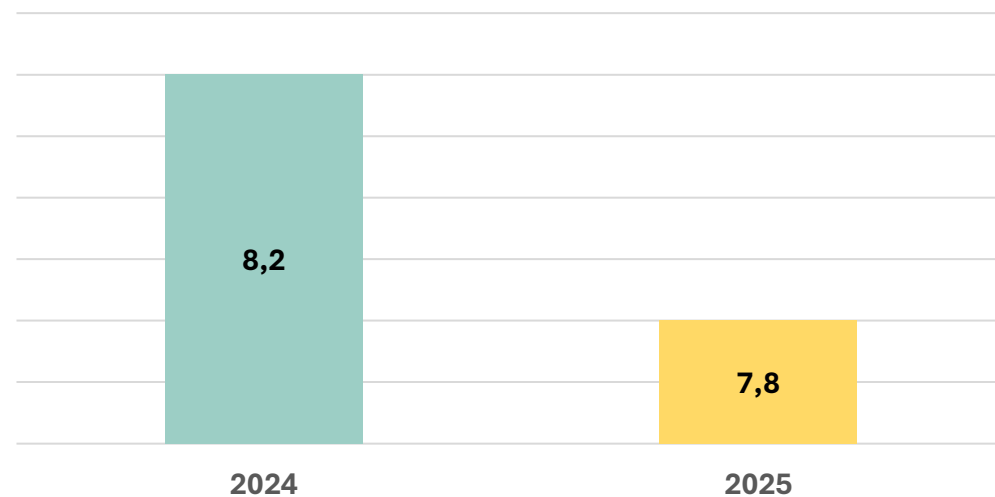
RACCOLTA PORTA A PORTA – TREND 2025

Soddisfazione totale

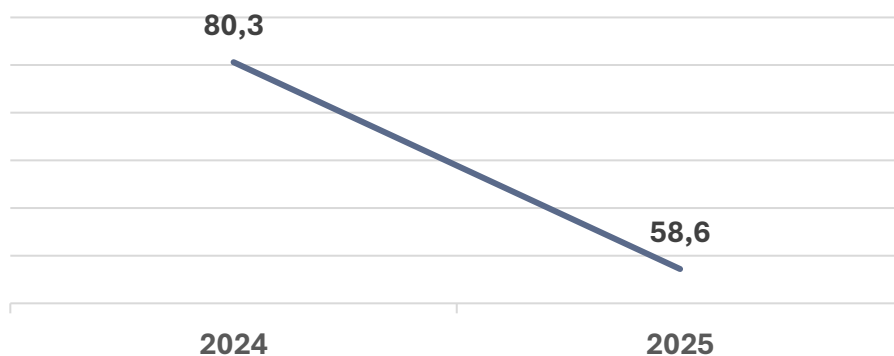
Indice % di soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



Indice % di alta soddisfazione media



RACCOLTA PORTA A PORTA

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** L'analisi evidenzia livelli di soddisfazione estremamente elevati e sostanzialmente omogenei tra i sub-fattori considerati, con una media complessiva pari al 97,2% di utenti soddisfatti. Nel dettaglio, gli *orari di ritiro della spazzatura* risulta l'aspetto meglio valutato, con il 97,7% di soddisfazione, seguito dalla *pulizia/igiene delle aree adiacenti alla raccolta* (97,1%) e dalla *frequenza con cui viene effettuata la raccolta* (96,8%). Le differenze risultano minime e non evidenziano criticità specifiche, confermando una percezione molto positiva e stabile dell'organizzazione del servizio.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** Nell'alta soddisfazione (voti da 8 a 10) emergono differenze più marcate rispetto a quanto osservato nella soddisfazione complessiva. Gli *orari di ritiro della spazzatura* registrano la quota più elevata di altamente soddisfatti (61,8%), seguiti dalla *frequenza con cui viene effettuata la raccolta* (60,5%). Più distanziato risulta invece il dato relativo alla *pulizia/igiene delle aree adiacenti alla raccolta*, che si attesta al 53,5%. Il valore medio complessivo si colloca al 58,6%. Il divario di oltre 8 punti percentuali tra il valore più alto e quello più basso evidenzia come, pur in presenza di livelli molto elevati di soddisfazione generale, la componente legata al decoro e alla pulizia delle aree rappresenti l'ambito con maggiore margine di miglioramento nella trasformazione della soddisfazione in piena eccellenza. Nel complesso comunque il fattore si posiziona al di sopra della media dell'alta soddisfazione.
- **Intensità di soddisfazione:** L'intensità media di soddisfazione si attesta a 7,8, avvicinandosi alla fascia Medio-Alta. Il valore conferma che la soddisfazione non è soltanto diffusa in termini percentuali, ma anche qualitativamente consistente. La differenza tra il punteggio massimo (8,0) e quello minimo (7,7) risulta contenuta, indicando un'esperienza percepita come coerente e stabile su tutte le dimensioni operative analizzate.

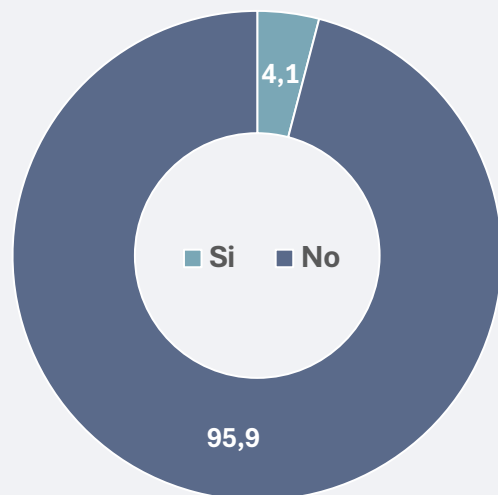
RACCOLTA PORTA A PORTA

Considerazioni

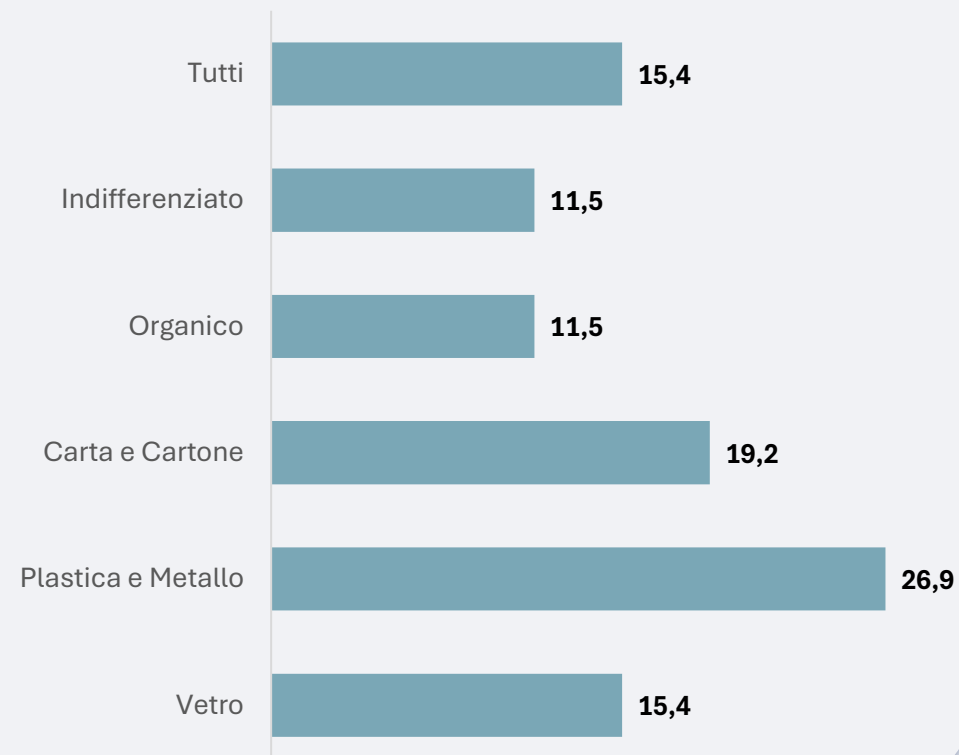
- **Domanda Overall ed Importanza:** La domanda overall registra livelli di soddisfazione estremamente elevati, con il 97,7% di utenti soddisfatti e una quota di altamente soddisfatti pari al 55,5%. Il dato conferma una percezione complessiva molto positiva del servizio, coerente con quanto emerso nell'analisi dei singoli sub-fattori. Pur mantenendosi su valori solidi, la quota di alta soddisfazione risulta leggermente inferiore rispetto ad alcuni aspetti specifici, segnalando un potenziale margine di crescita nella trasformazione della soddisfazione diffusa in eccellenza pienamente consolidata. Il grado di importanza attribuito al fattore si attesta al 99,7%, evidenziando come l'utenza consideri questo ambito importantissimo.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra 2024 e 2025 evidenzia un andamento differenziato tra soddisfazione complessiva e alta soddisfazione. L'indice percentuale di soddisfazione media registra un lieve incremento, passando dal 98,6% del 2024 al 99,3% del 2025. Il dato conferma un livello di soddisfazione ottimo e ulteriormente rafforzato nell'ultima rilevazione. Di segno opposto risulta invece l'andamento dell'indice percentuale di alta soddisfazione media, che passa dall'80,3% del 2024 al 58,6% del 2025, evidenziando una contrazione significativa della quota di utenti che esprimono giudizi di eccellenza. Coerentemente, anche l'intensità di soddisfazione registra una lieve flessione, passando da 8,2 a 7,8. Nel complesso, il trend suggerisce che, a fronte di una soddisfazione diffusa e in lieve crescita, si osserva una diminuzione della componente di eccellenza. Questo andamento indica la necessità di orientare le strategie future non tanto al recupero della soddisfazione di base — già molto elevata — quanto al rafforzamento degli elementi in grado di generare maggiore coinvolgimento e piena soddisfazione da parte dell'utenza.

CASSONETTI STRADALI

In merito alla raccolta con Cassonetti Stradali, ha incontrato difficoltà nell'eseguire quanto richiesto dal servizio?






Se sì, con quali prodotti ha avuto problemi?



CASSONETTI STRADALI

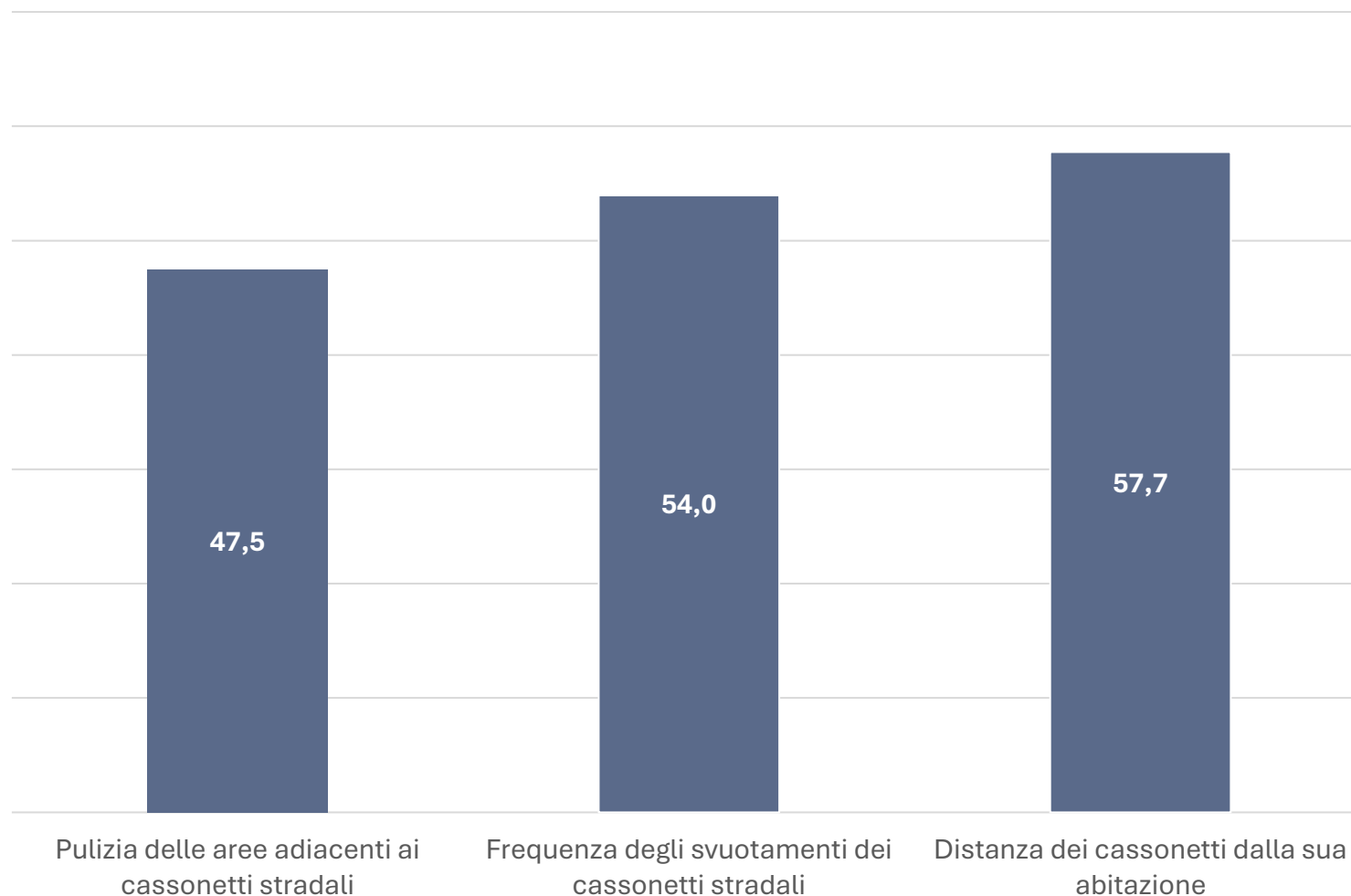
Dati comparati del grado di soddisfazione

Sub Fattori	Distribuzione della soddisfazione	% di soddisfatti	Intensità
Distanza dei cassonetti dalla sua abitazione		92,6	7,7
Frequenza degli svuotamenti dei cassonetti stradali		94,6	7,6
Pulizia delle aree adiacenti ai cassonetti stradali		89,6	7,3
Valori medi		92,3	7,5

Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

CASSONETTI STRADALI

Dati comparati del grado di alta soddisfazione



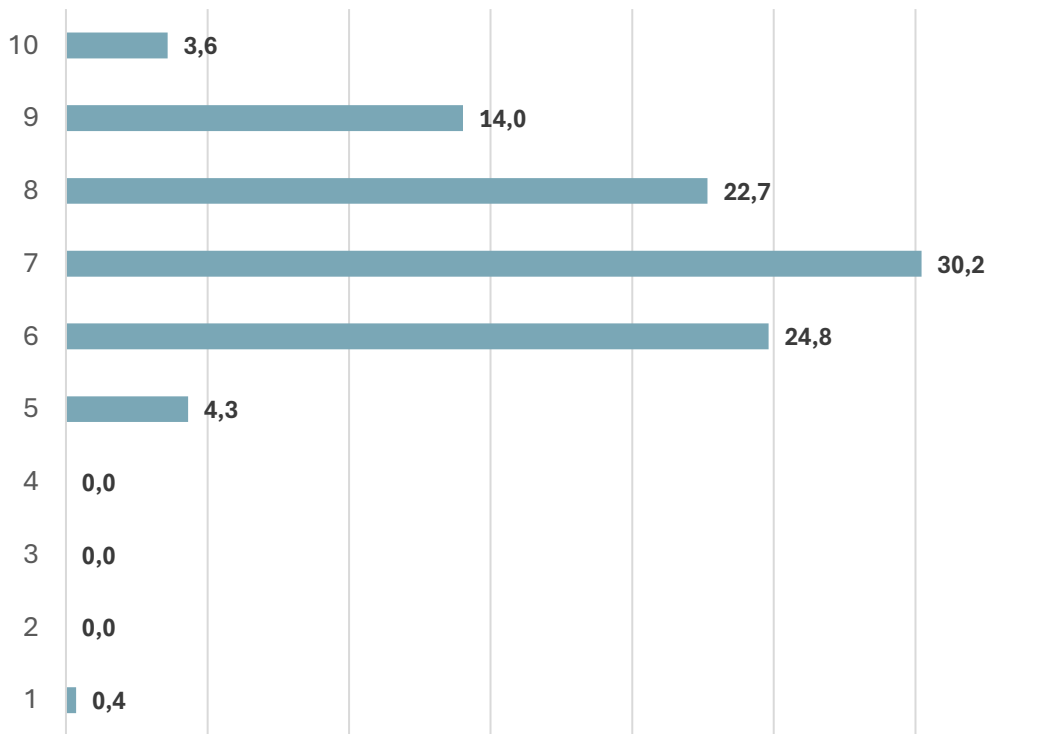
Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

53,1

CASSONETTI STRADALI

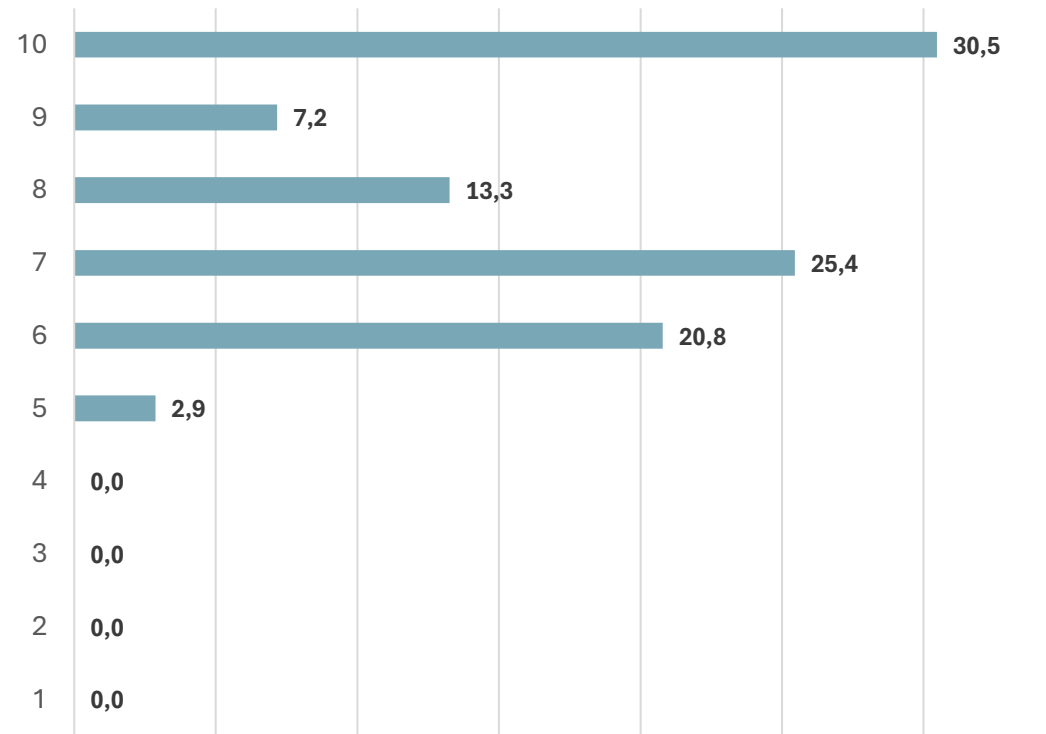
Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



Alta Soddisfazione	40,3%
Soddisfazione	95,3%

IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



Importanza	97,1%
-------------------	--------------

CASSONETTI STRADALI

Dati comparati del grado di soddisfazione per tipologia di rifiuto

Nell'orario di raccolta e nella frequenza di raccolta non si notano grandi differenze tra le varie tipologie di rifiuto.

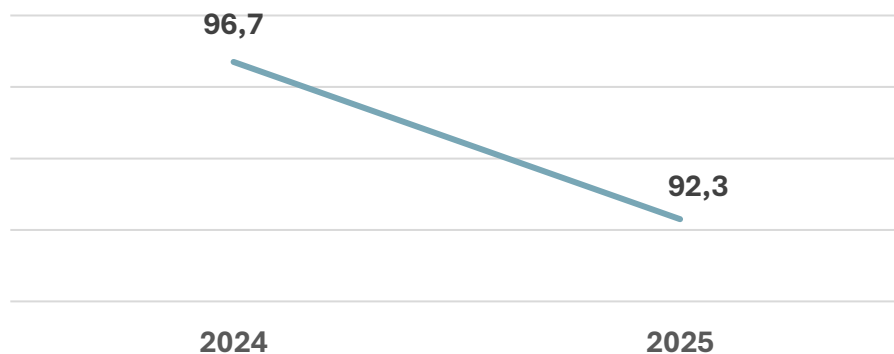
- **Orario di raccolta:** La soddisfazione si mantiene su livelli elevati e sostanzialmente omogenei tra le diverse tipologie di rifiuto, con valori compresi tra il 93,6% e il 94,7%. Anche l'alta soddisfazione presenta differenze contenute (54-56%), con il vetro che registra la quota più elevata (55,9%) e l'indifferenziato leggermente inferiore (54,4%), evidenziando una distribuzione equilibrata delle valutazioni.
- **Frequenza di raccolta:** I risultati risultano positivi in tutte le tipologie, con percentuali di soddisfazione comprese tra il 94,8% e il 96,3%. L'organico ottiene il valore più alto di soddisfazione (96,3%), mentre l'indifferenziato si colloca leggermente al di sotto (94,8%). L'alta soddisfazione si mantiene più uniforme (50-52%), con valori leggermente superiori per l'indifferenziato (52,4%) e più contenuti per il vetro (50,2%), suggerendo margini di miglioramento nella componente di eccellenza.

Tipologia	Distanza dei cassonetti		Frequenza di svuotamento	
	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	Soddisfazione	Alta Soddisfazione
VETRO	94,3	55,9	95,9	50,2
PLASTICA	93,6	54,5	95,4	51,7
CARTA	93,7	55,4	95,5	51,7
INDIFERENZIATO	94,7	54,4	94,8	52,4
ORGANICO	94,3	54,9	96,3	52,0

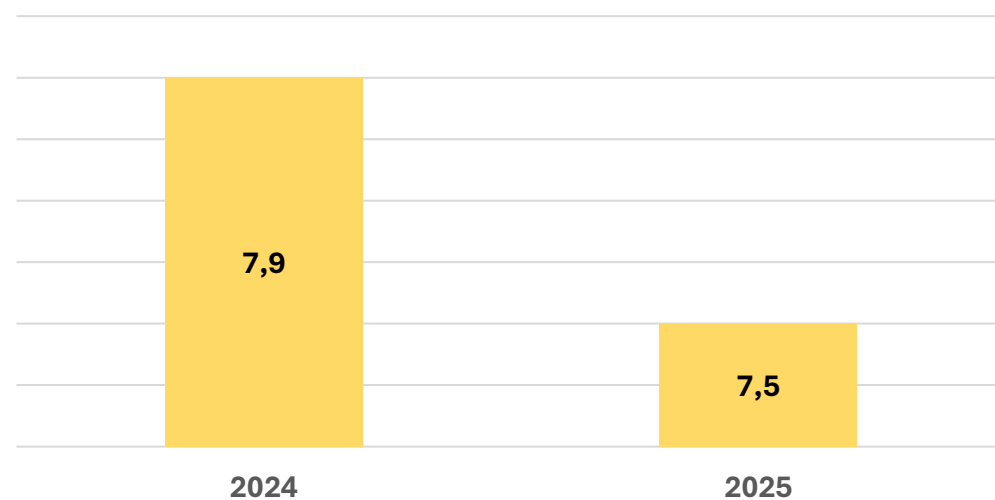
CASSONETTI STRADALI – TREND 2025

Soddisfazione totale

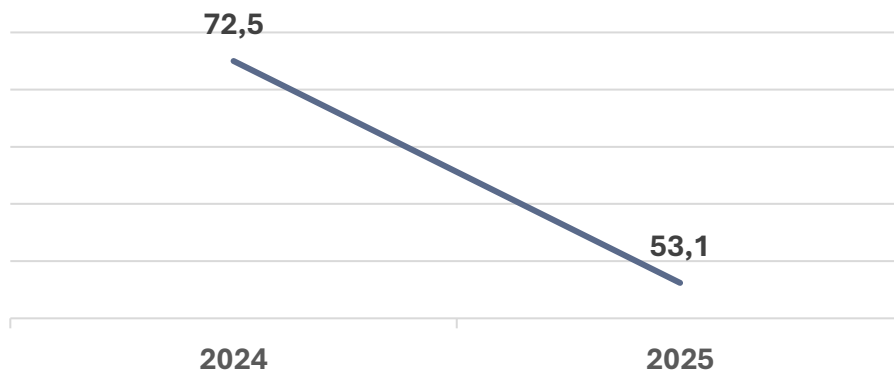
Indice % di soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



Indice % di alta soddisfazione media



CASSONETTI STRADALI

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** L'analisi evidenzia livelli di soddisfazione complessivamente buoni, con una media pari al 92,3% di utenti soddisfatti. Nel dettaglio, la *frequenza degli svuotamenti dei cassonetti stradali* registra il valore più alto (94,6%), seguita dalla *distanza dei cassonetti dalla propria abitazione* (92,6%). Più contenuta risulta invece la soddisfazione per la *pulizia delle aree adiacenti ai cassonetti*, che si attesta all'89,6%, rappresentando l'aspetto relativamente più critico tra quelli analizzati. Nel complesso, pur in presenza di valutazioni positive, emerge una maggiore differenziazione rispetto a quanto osservato per la raccolta porta a porta, e leggermente al di sotto del valore del CSI.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** L'alta soddisfazione mostra una distribuzione meno uniforme tra i sub-fattori. La *distanza dei cassonetti dalla propria abitazione* (57,7%) registra la quota più elevata di altamente soddisfatti, seguita dagli *frequenza degli svuotamenti dei cassonetti stradali* (54,0%), mentre la *pulizia/igiene delle aree adiacenti* si ferma al 47,5%. Il divario di oltre 10 punti percentuali tra il valore più alto e quello più basso evidenzia come l'aspetto legato al decoro delle aree rappresenti anche in questo caso l'elemento con maggiore margine di miglioramento nella generazione di giudizi di eccellenza.
- **Intensità della soddisfazione:** L'intensità media si attesta a 7,5, collocandosi nella fascia Media ma su livelli inferiori rispetto a quelli registrati per la raccolta domiciliare. La *distanza dei cassonetti* (7,7) e la *frequenza degli svuotamenti* (7,6) ottengono i punteggi più elevati, mentre la *pulizia delle aree adiacenti* si ferma a 7,3, confermando una percezione qualitativa leggermente più debole su questo aspetto. Nel complesso, il quadro evidenzia un servizio valutato positivamente, ma con margini di rafforzamento soprattutto in termini di decoro urbano.

CASSONETTI STRADALI

Considerazioni

- **Domanda Overall e Importanza:** La domanda overall evidenzia livelli di soddisfazione complessivamente positivi, con il 95,3% di utenti soddisfatti. Tuttavia, la quota di alta soddisfazione si attesta al 40,3%, un valore sensibilmente più contenuto rispetto a quanto rilevato in altri ambiti del servizio, indicando una minore incidenza di giudizi di eccellenza. Il grado di importanza attribuito al fattore si colloca al 97,1%, confermando come il tema dei cassonetti stradali sia percepito come altamente rilevante dall'utenza. L'elevata importanza associata, a fronte di una quota più limitata di altamente soddisfatti, suggerisce l'opportunità di intervenire sugli aspetti maggiormente critici — in particolare il decoro e la pulizia — per rafforzare la qualità percepita e incrementare la soddisfazione piena.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra 2024 e 2025 evidenzia un andamento in flessione su tutti gli indicatori considerati. L'indice percentuale di soddisfazione media passa dal 96,7% del 2024 al 92,3% del 2025, registrando una diminuzione significativa, pur mantenendosi su livelli complessivamente positivi. Più marcata risulta la contrazione dell'indice di alta soddisfazione media, che scende dal 72,5% al 53,1%, segnalando una riduzione rilevante della quota di utenti che esprimono giudizi di eccellenza. Anche l'intensità di soddisfazione evidenzia una lieve flessione, passando da 7,9 a 7,5. Nel complesso, il trend indica un indebolimento della componente più entusiastica della valutazione, accompagnato da un ridimensionamento della soddisfazione complessiva.

ISOLE INTERRATE

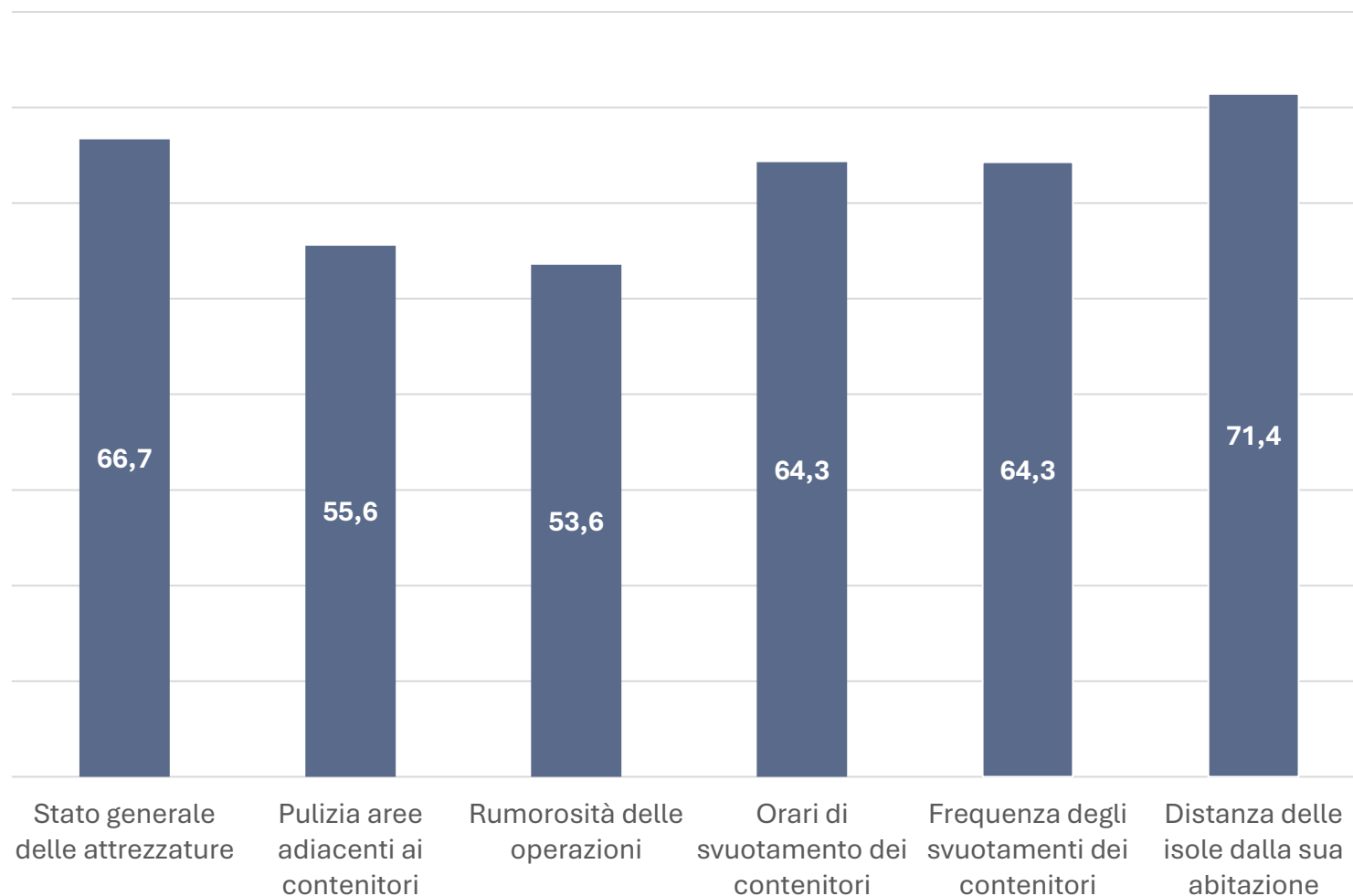
Dati comparati del grado di soddisfazione

Sub Fattori	Distribuzione della soddisfazione			% di soddisfatti	Intensità
Distanza delle isole dalla sua abitazione	3,6	25,0	71,4	96,4	7,9
Frequenza degli svuotamenti dei contenitori	7,1	28,6	64,3	92,9	7,6
Orari di svuotamento dei contenitori	7,1	28,6	64,3	92,9	7,6
Rumorosità delle operazioni	10,7	35,7	53,6	89,3	7,5
Pulizia aree adiacenti ai contenitori	14,8	29,6	55,6	85,2	7,3
Stato generale delle attrezzature	7,4	25,9	66,7	92,6	7,6
Valori medi				91,5	7,6

Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

ISOLE INTERRATE

Dati comparati del grado di alta soddisfazione



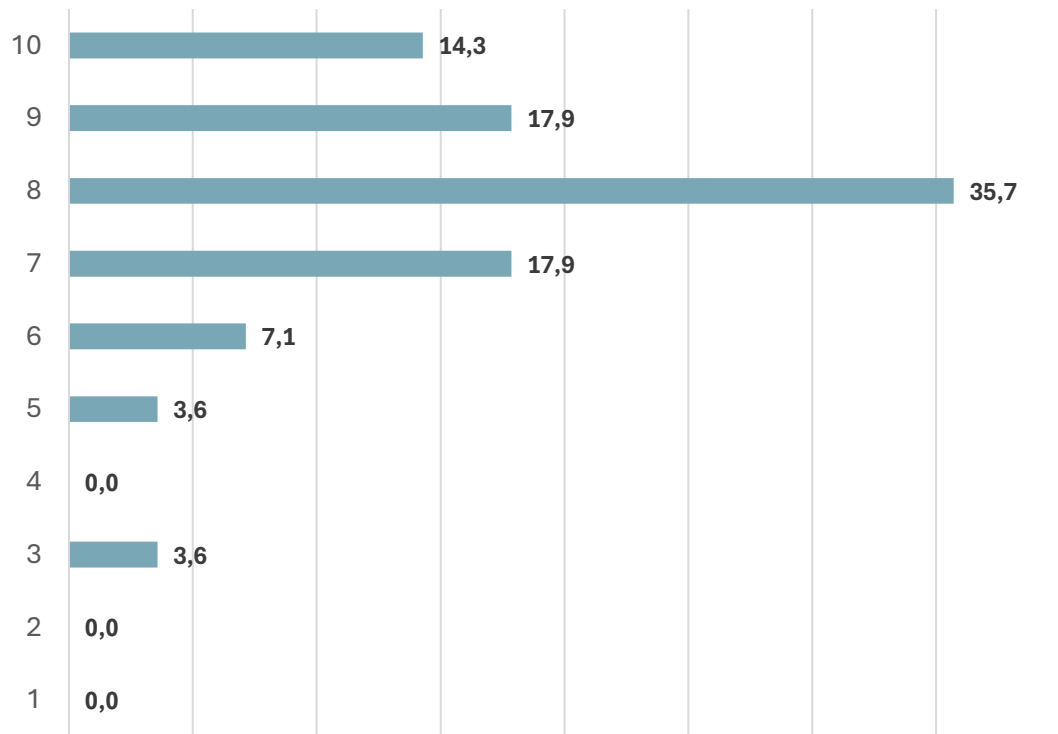
Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

62,6

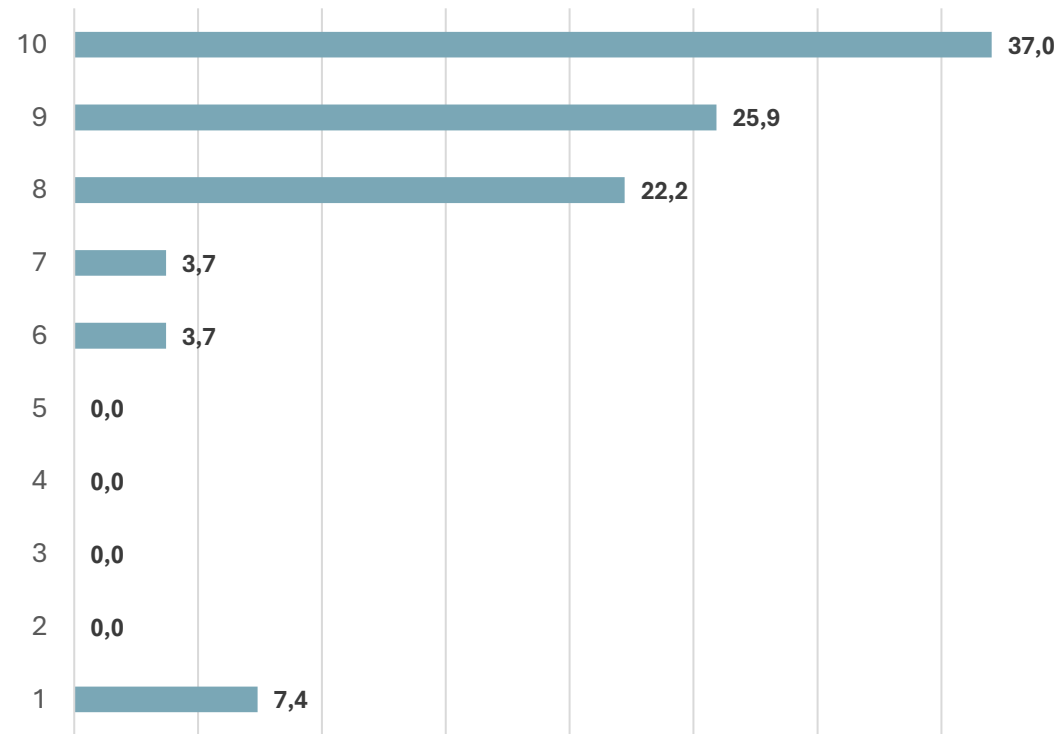
ISOLE INTERRATE

Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



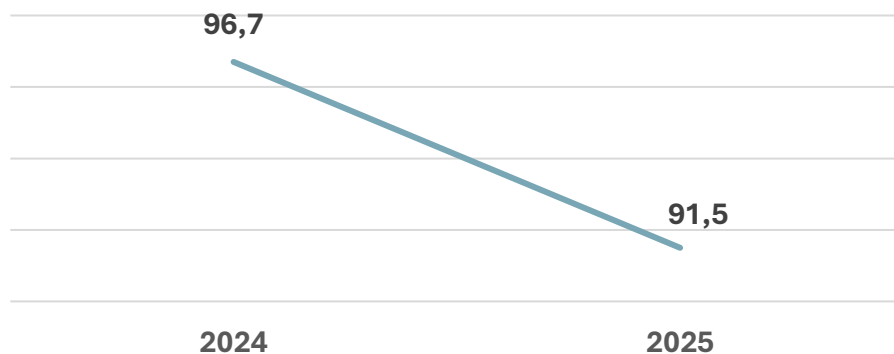
Alta Soddisfazione	67,9%
Soddisfazione	92,9%

Importanza	92,6%
-------------------	--------------

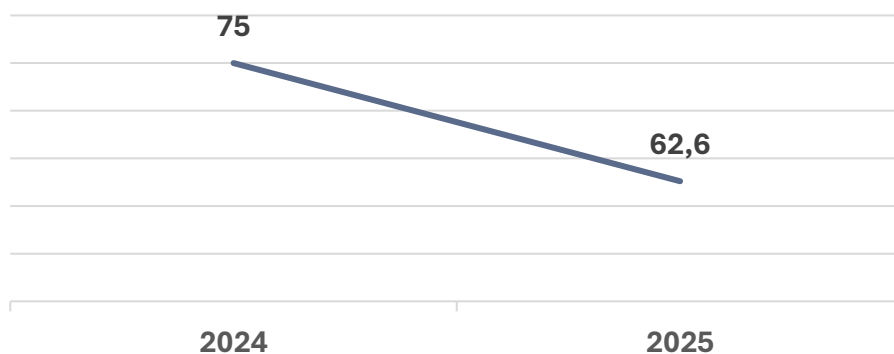
ISOLE INTERRATE- TREND 2025

Soddisfazione totale

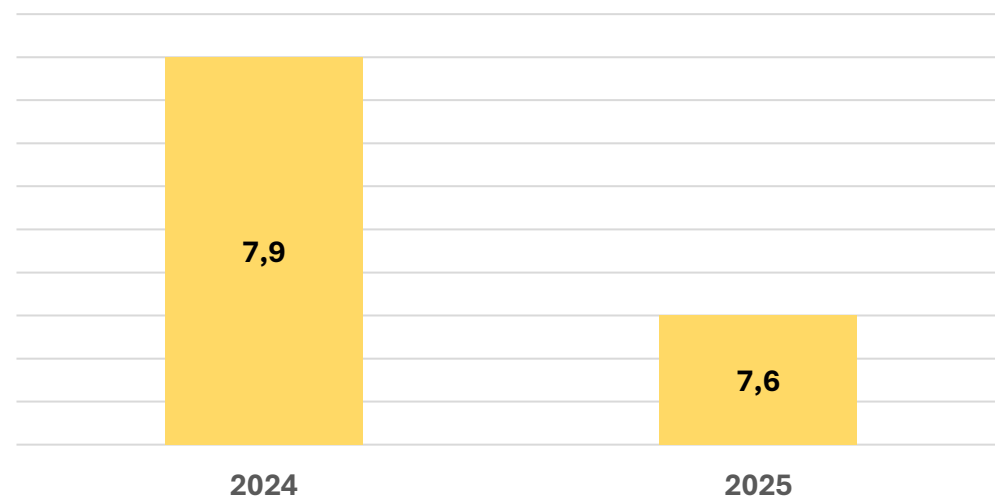
Indice % di soddisfazione media



Indice % di alta soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



ISOLE INTERRATE

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** L'analisi evidenzia livelli di soddisfazione complessivamente buoni, con una media pari al 91,5% di utenti soddisfatti, posizionandosi però come uno dei fattori meno valutati. Nel dettaglio, la *distanza delle isole dalla propria abitazione* registra il valore più elevato (96,4%), confermandosi come l'aspetto meglio valutato. Seguono lo *stato generale delle attrezzature* (92,6%) e la *frequenza e gli orari di svuotamento dei contenitori* (entrambi al 92,9%). Più contenuti risultano invece i giudizi relativi alla *rumorosità delle operazioni* (89,3%) e soprattutto alla *pulizia delle aree adiacenti ai contenitori* (85,2%), che rappresenta l'elemento relativamente più critico.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** Mentre per quanto riguarda la soddisfazione il valore risulta più basso rispetto alla media, in questo caso l'alta soddisfazione è ottima, con un valore medio pari al 62,6%. La *distanza delle isole* si distingue per la quota più elevata di altamente soddisfatti (71,4%), seguita dallo *stato generale delle attrezzature* (66,7%). Valori intermedi si registrano per *orari e frequenza di svuotamento* (64,3%), mentre risultano più contenuti i giudizi relativi alla *pulizia delle aree adiacenti* (55,6%) e alla *rumorosità delle operazioni* (53,6%).
- **Intensità della soddisfazione:** L'intensità media si attesta a 7,6, collocandosi nella fascia Media. Il punteggio più elevato riguarda la *distanza delle isole* (7,9), mentre i valori relativi a frequenza, orari di svuotamento e stato delle attrezzature si attestano a 7,6. Più contenuti risultano i punteggi della *rumorosità* (7,5) e della *pulizia delle aree adiacenti* (7,3), coerentemente con quanto emerso nell'analisi percentuale. Nel complesso, il servizio delle isole interrato viene valutato positivamente, con margini di rafforzamento soprattutto sugli aspetti legati al decoro e all'impatto delle operazioni sul contesto urbano.

ISOLE INTERRATE

Considerazioni

- **Domanda Overall e Importanza:** La domanda overall evidenzia un livello di soddisfazione pari al 92,9%, confermando una percezione complessivamente positiva del servizio. La quota di alta soddisfazione si attesta al 67,9%, un valore significativo che indica una buona incidenza di giudizi di eccellenza e risulta superiore alla media dei singoli sub-fattori. Il grado di importanza attribuito al fattore si colloca al 92,6%, segnalando una rilevanza elevata, seppur leggermente inferiore rispetto ad altri ambiti del servizio. Nel complesso, si può evidenziare il buon equilibrio tra soddisfazione, alta soddisfazione e importanza.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra 2024 e 2025 evidenzia anche in questo caso un andamento in flessione su tutti gli indicatori considerati. L'indice percentuale di soddisfazione media passa dal 96,7% del 2024 al 91,5% del 2025, registrando una diminuzione importante. Anche l'indice di alta soddisfazione media evidenzia una contrazione, scendendo dal 75% al 62,6%. L'intensità di soddisfazione mostra una lieve flessione, passando da 7,9 a 7,6, rimanendo comunque nella fascia Media. Nel complesso, il trend segnala un indebolimento della componente più elevata della soddisfazione, a fronte di un servizio ancora valutato positivamente. Il dato suggerisce l'opportunità di intervenire sugli aspetti maggiormente sensibili — in particolare pulizia e impatto operativo — per rafforzare la qualità percepita e recuperare la quota di utenti pienamente soddisfatti.



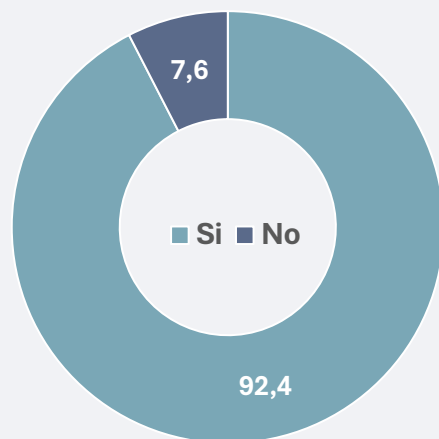
CENTRO DI RACCOLTA



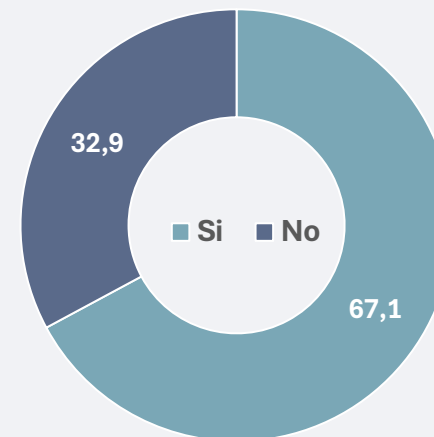
RITIRO INGOMBRANTI

CENTRO DI RACCOLTA

Conosce il Centro di Raccolta?



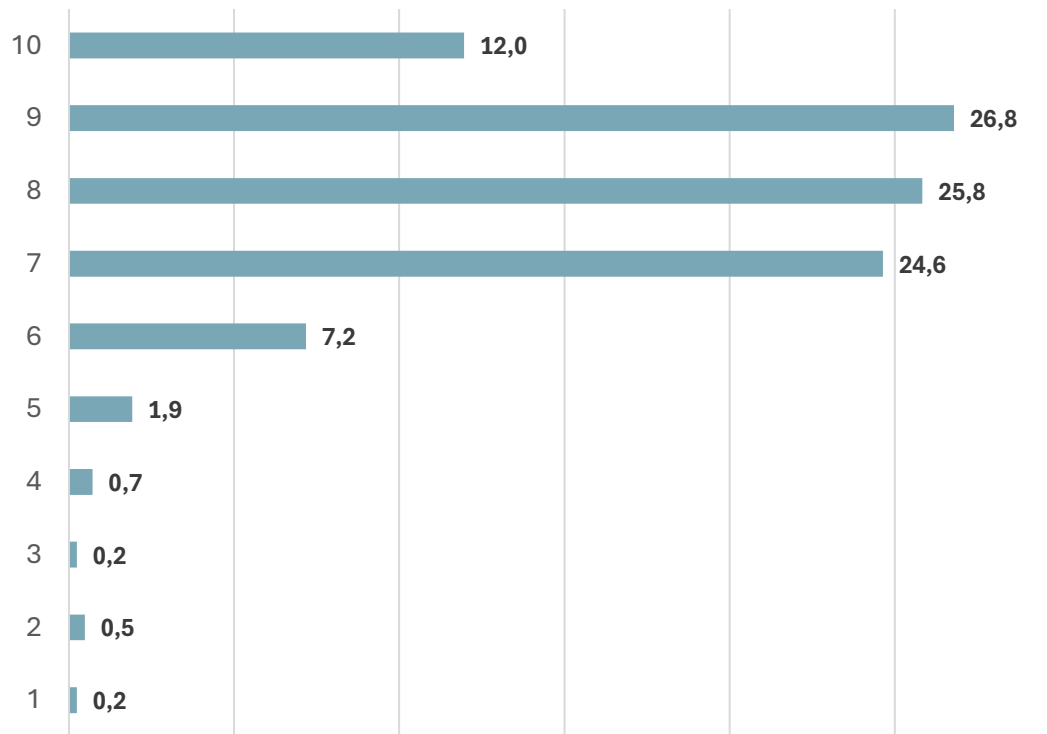
Ha mai utilizzato il Centro di Raccolta?



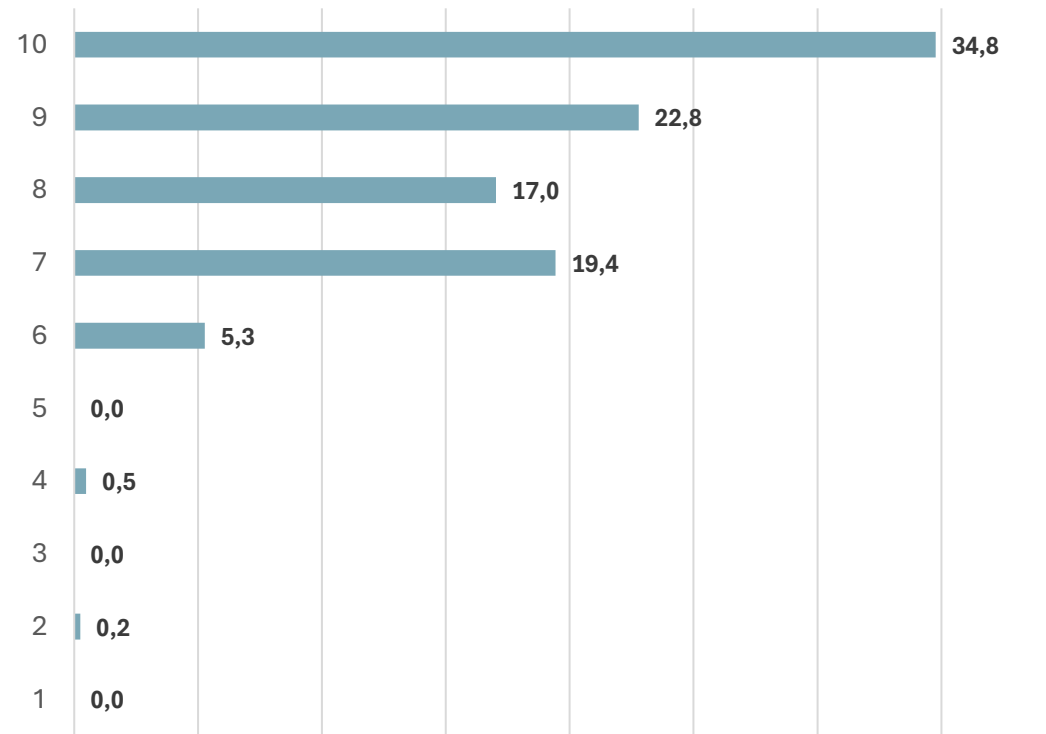
CENTRO DI RACCOLTA

Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



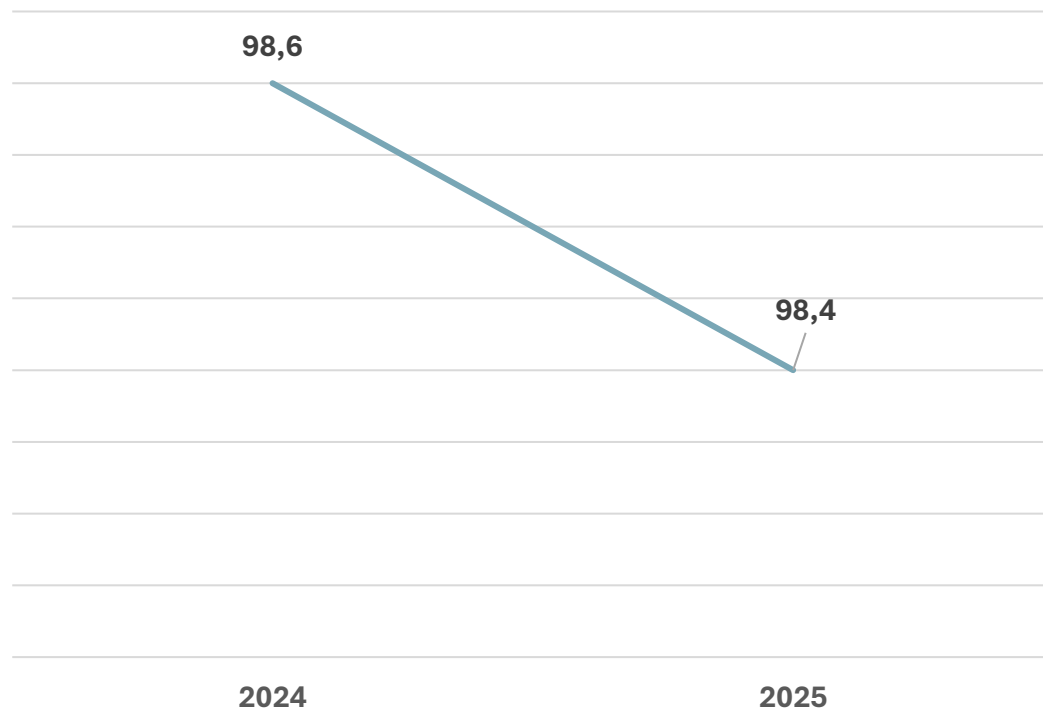
Alta Soddisfazione	64,6%
Soddisfazione	96,4%

Importanza	99,3%
------------	-------

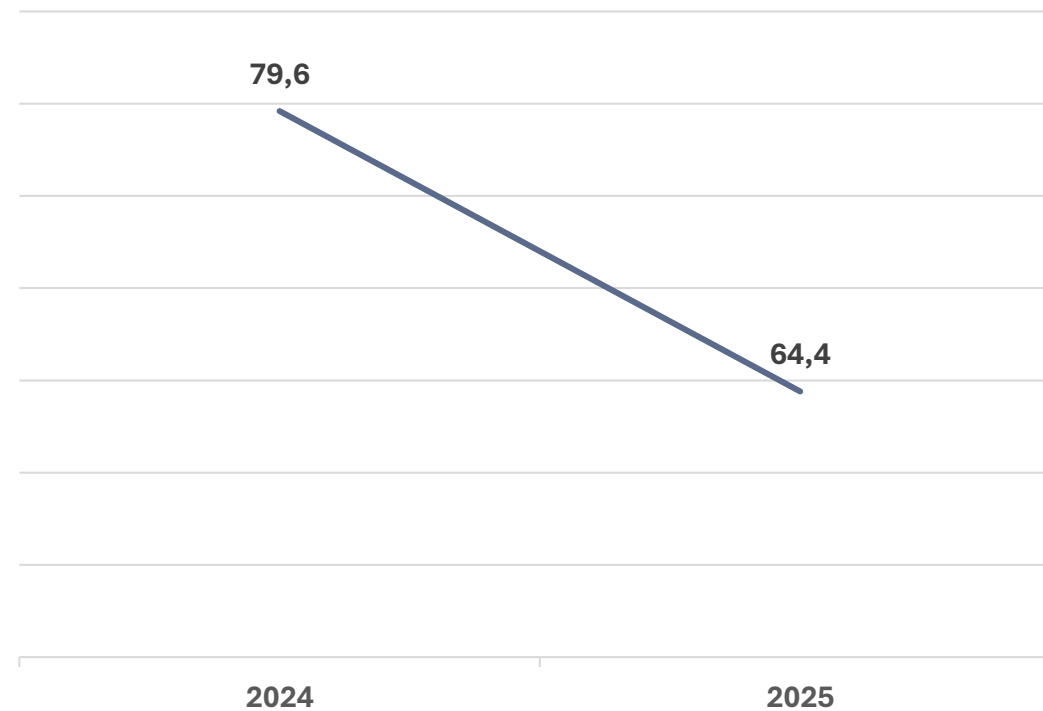
CENTRO DI RACCOLTA – TREND 2025

Soddisfazione totale

Indice % di soddisfazione media



Indice % di alta soddisfazione media



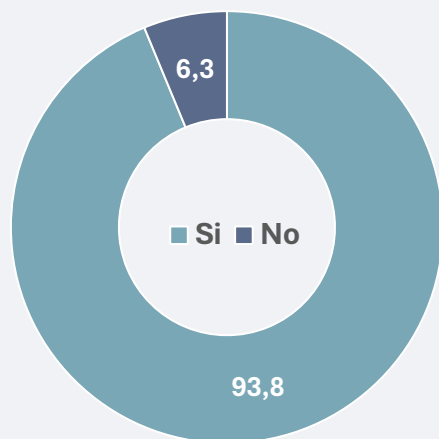
CENTRO DI RACCOLTA

Considerazioni

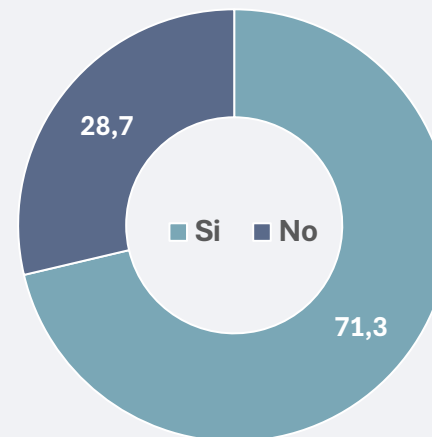
- **Conoscenza ed utilizzo:** Il livello di conoscenza del centro di raccolta risulta molto elevato: il 92,4% degli utenti dichiara di conoscerlo, a fronte di un 7,6% che afferma di non esserne a conoscenza. Anche il tasso di utilizzo si attesta su valori significativi: il 67,1% degli intervistati dichiara di averlo utilizzato, mentre il 32,9% non ne ha mai fatto uso. Il dato evidenzia un buon grado di penetrazione del servizio, pur evidenziando una buona parte di utenza che può essere ancora raggiunta.
- **Domanda Overall e Importanza:** La domanda overall registra livelli di soddisfazione estremamente elevati, con il 96,4% di utenti soddisfatti. La quota di alta soddisfazione si attesta al 64,6%, confermando una solida presenza di giudizi di eccellenza, affermandosi come il terzo fattore meglio valutato dall'utenza. Il grado di importanza attribuito al centro di raccolta si colloca al 99,3%, evidenziando una rilevanza pressoché assoluta per l'utenza. L'elevatissima importanza, unita ai livelli molto alti di soddisfazione, conferma il ruolo strategico del servizio all'interno dell'offerta complessiva.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra 2024 e 2025 mostra un quadro sostanzialmente stabile nella soddisfazione complessiva, che passa dal 98,6% al 98,4%, con una variazione minima e fisiologica. Diversamente, l'indice di alta soddisfazione media evidenzia una flessione più marcata, scendendo dal 79,6% al 64,4%, segnalando una riduzione della quota di utenti pienamente entusiasti. Nel complesso, il trend indica una contrazione della componente di eccellenza in linea con quella vista anche negli aspetti tecnici.

RITIRO INGOMBRANTI

Conosce il servizio Ritiro Ingombranti?



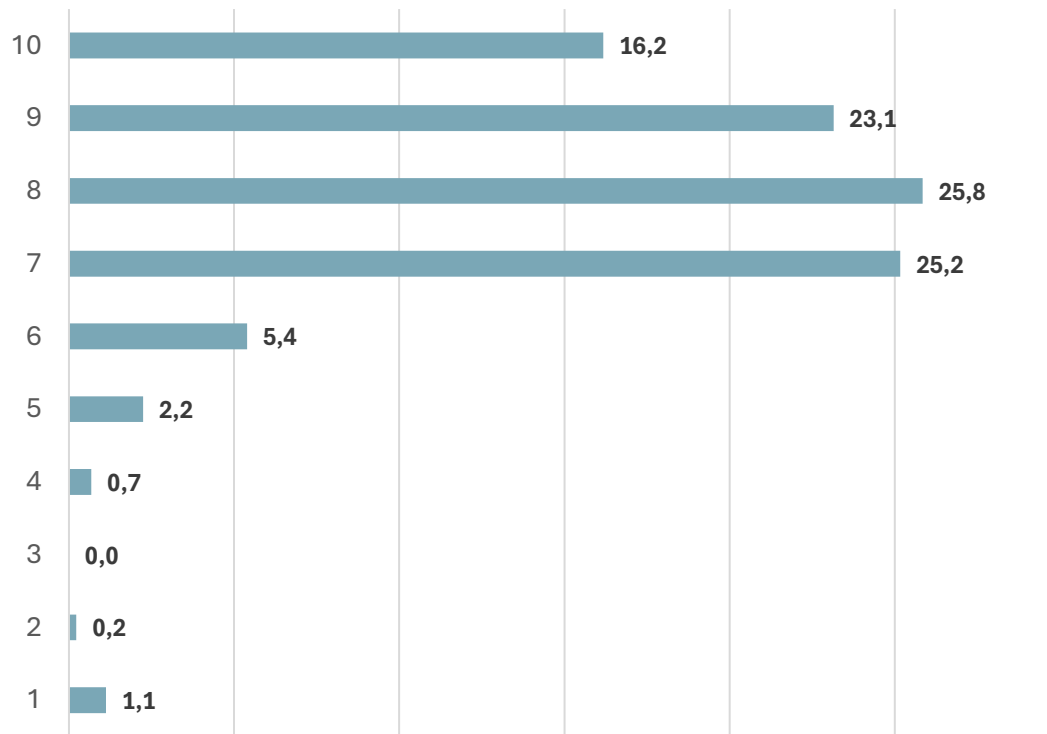
Ha mai utilizzato il servizio?



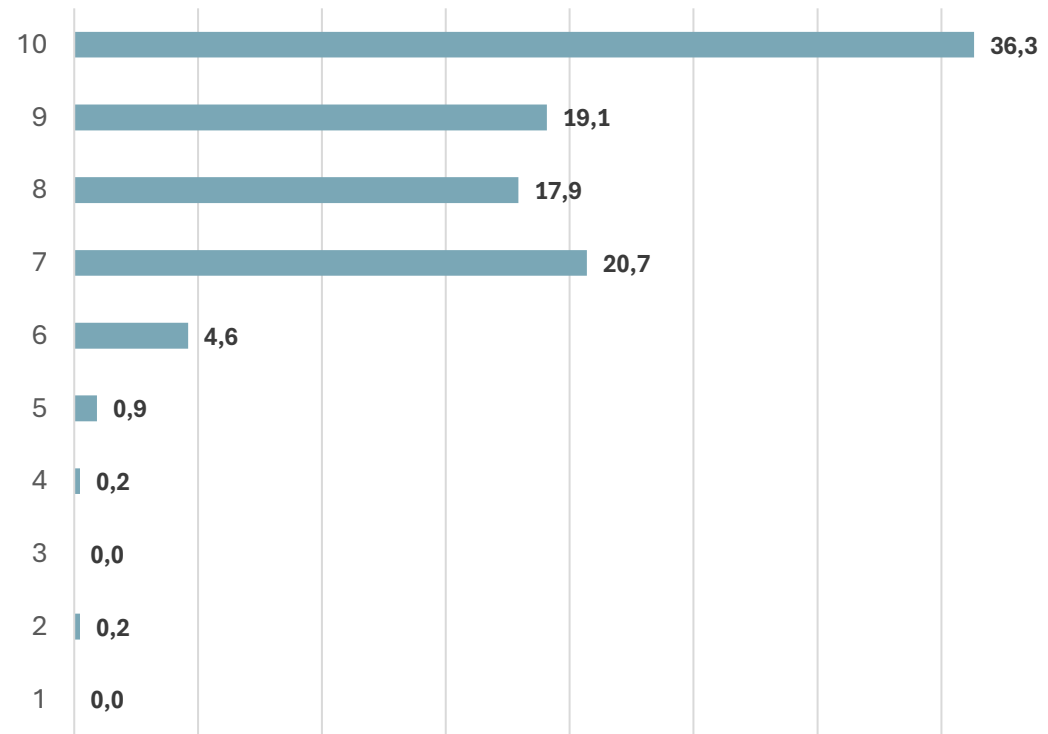
RITIRO INGOMBRANTI

Domanda Overall ed Importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità

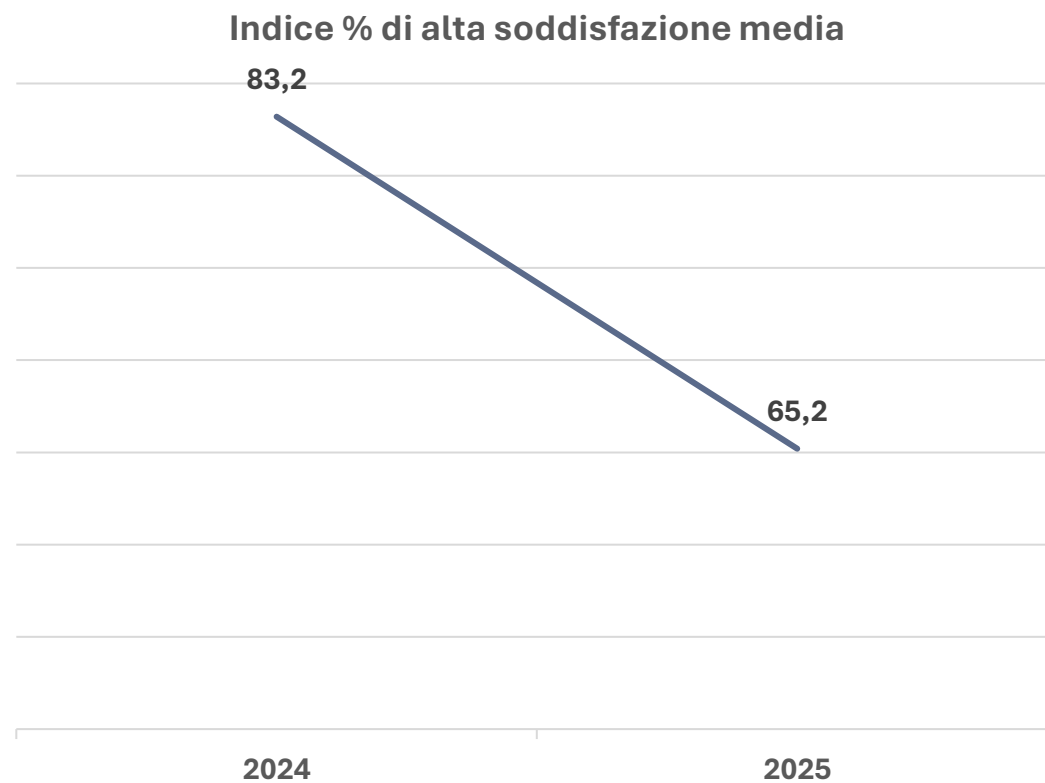
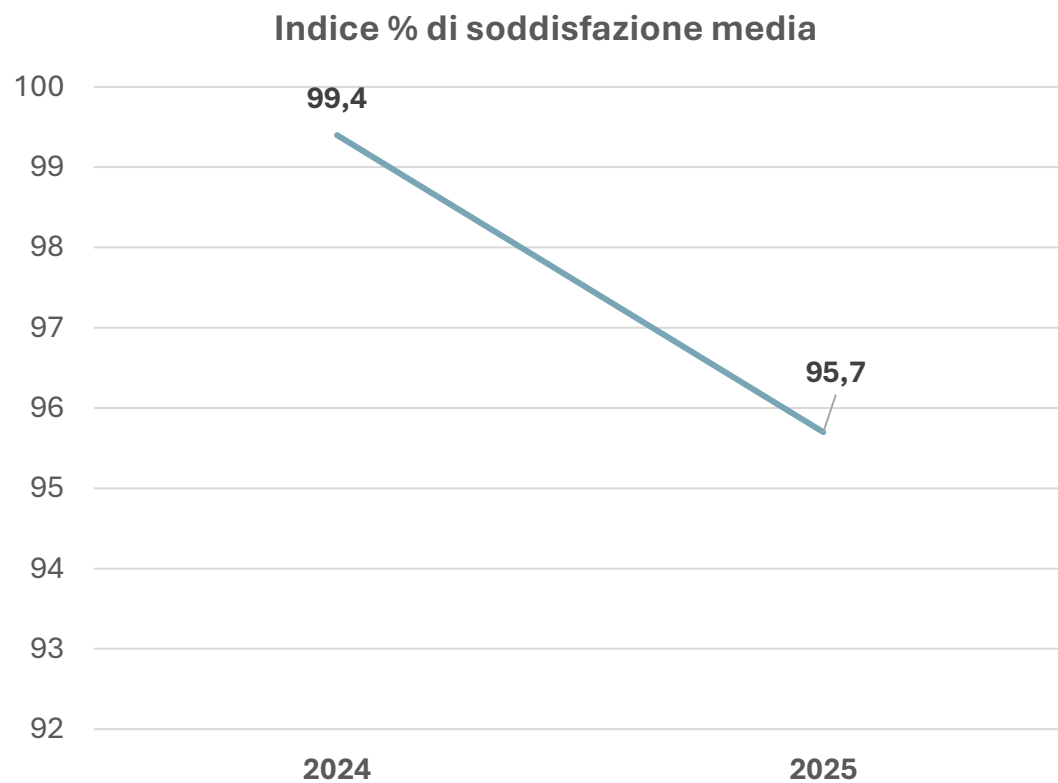


Alta Soddisfazione	65,2%
Soddisfazione	95,7%

Importanza	98,6%
-------------------	--------------

RITIRO INGOMBRANTI – TREND 2025

Soddisfazione totale



RITIRO INGOMBRANTI

Considerazioni

- **Conoscenza ed utilizzo:** Il livello di conoscenza del servizio di Ritiro Ingombranti risulta molto elevato: il 93,8% degli utenti dichiara di conoscerlo, mentre solo il 6,3% afferma di non esserne a conoscenza. Anche il tasso di utilizzo si attesta su valori significativi: il 71,3% degli intervistati ha già utilizzato il servizio, a fronte di un 28,7% che non ne ha mai fatto ricorso. Il dato evidenzia una buona capacità del servizio di tradurre la conoscenza in utilizzo effettivo, confermandone la rilevanza operativa.
- **Domanda Overall e Importanza:** La domanda overall registra livelli di soddisfazione molto elevati, con il 95,7% di utenti soddisfatti e una quota di alta soddisfazione pari al 65,2%, a conferma di una solida presenza di giudizi di eccellenza. Il grado di importanza attribuito al servizio si attesta al 98,6%, evidenziando una rilevanza estremamente elevata per l'utenza. Nel complesso, questo servizio si attesta come il fattore con la più alta quota di alta soddisfazione.



SITO WEB



NUMERO VERDE



COMUNICAZIONE

SITO WEB

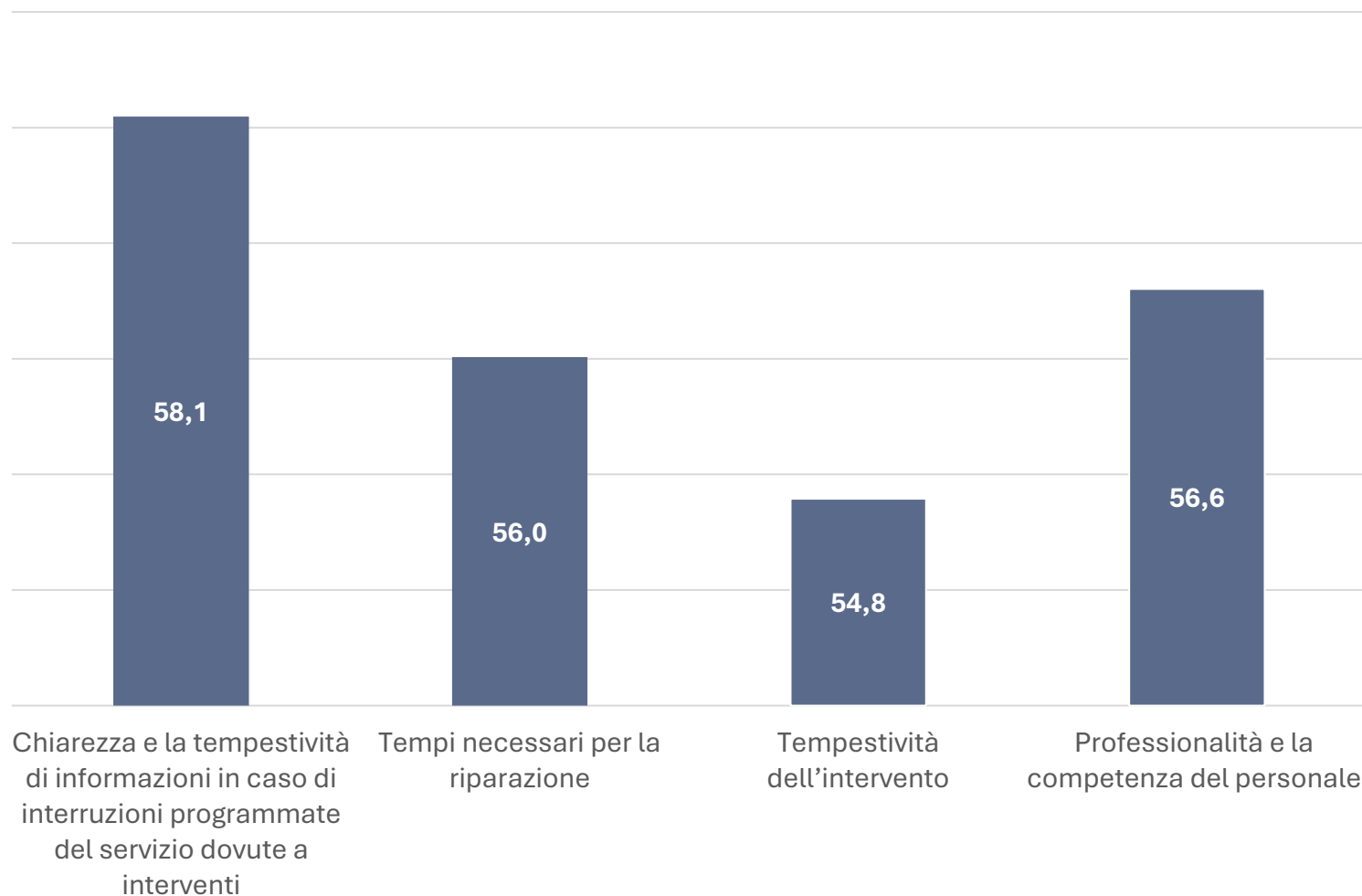
Dati comparati del grado di soddisfazione *(sul 20,5% dell'utenza)*

Sub Fattori	Distribuzione della soddisfazione		% di soddisfatti	Intensità	
Reperibilità dell'indirizzo del sito web di Acsel	0,8	40,5	58,7	99,2	7,8
Facilità di navigazione all'interno del sito web di Acsel	0,9	38,5	60,7	99,1	7,9
Ricchezza delle informazioni presenti	0,8	43,9	55,3	99,2	7,8
Valori medi				99,2	7,8

Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

SITO WEB

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 20,5% dell'utenza)*



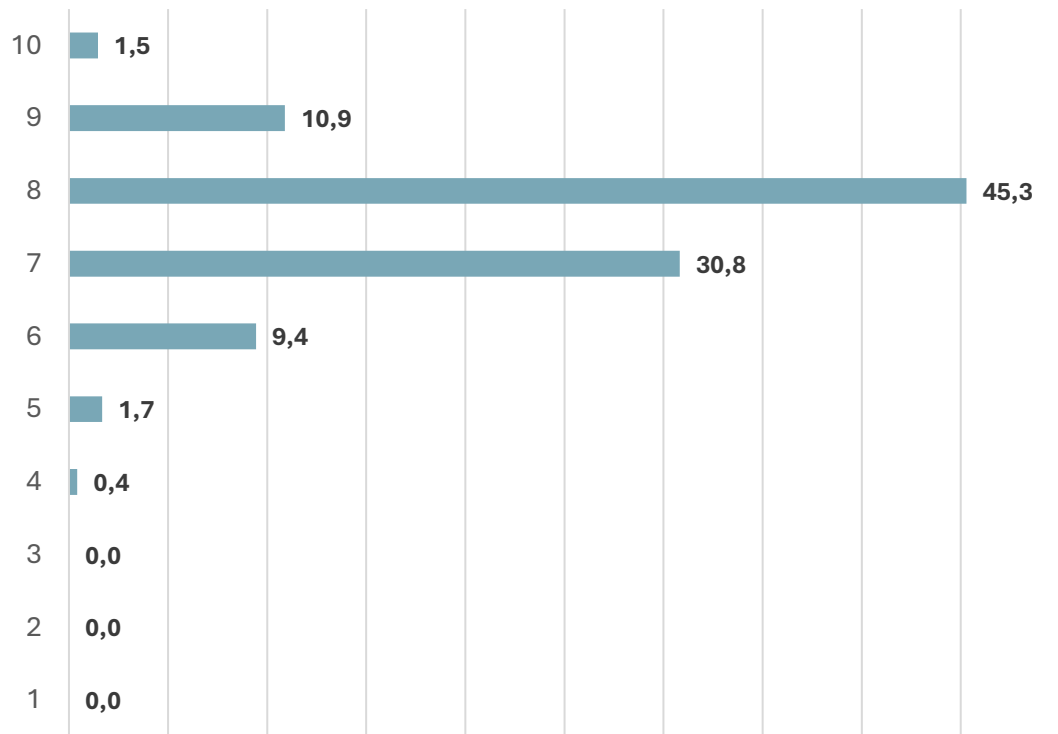
Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

56,4

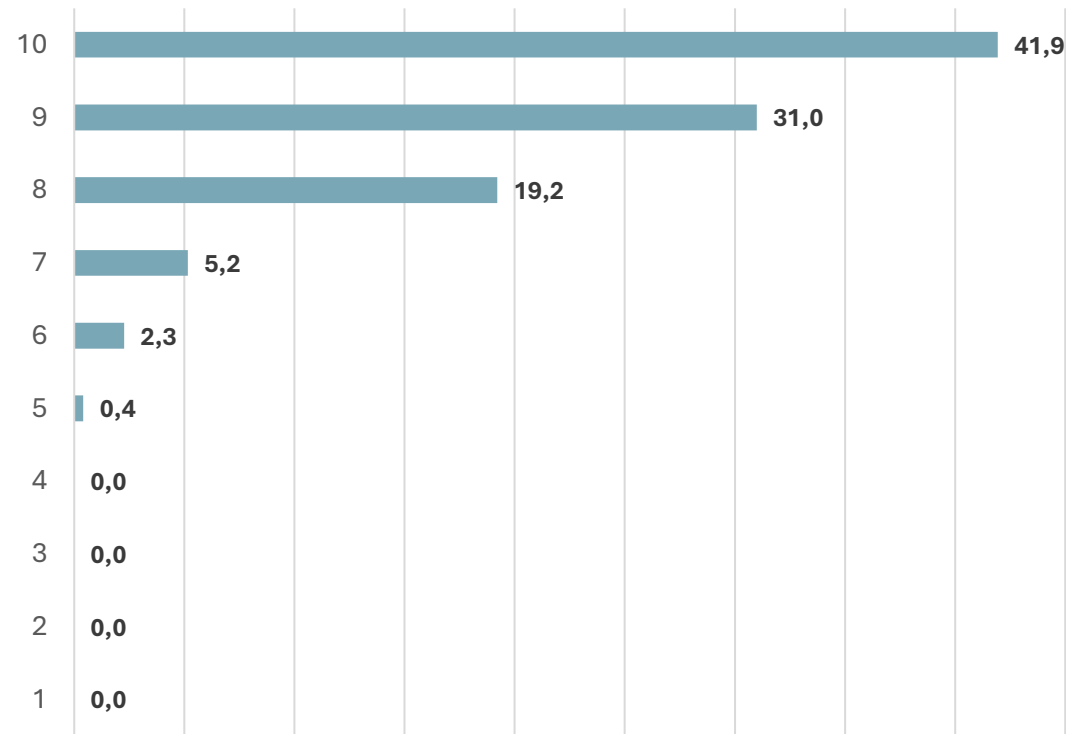
SITO WEB

Domanda Overall ed Importanza (sul 20,5% dell'utenza)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



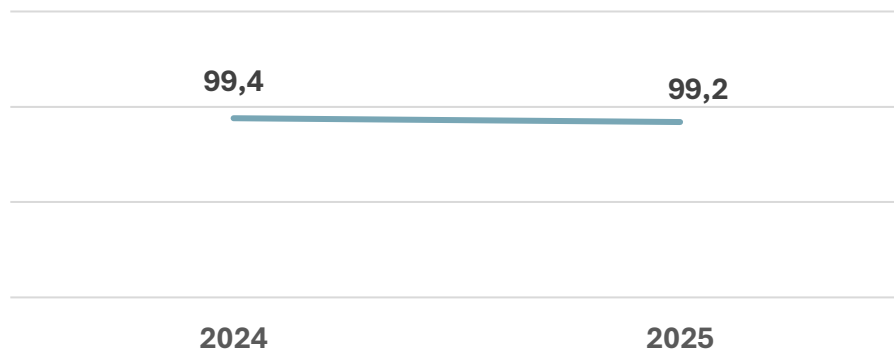
Alta Soddisfazione	57,7%
Soddisfazione	97,9%

Importanza	99,6%
-------------------	--------------

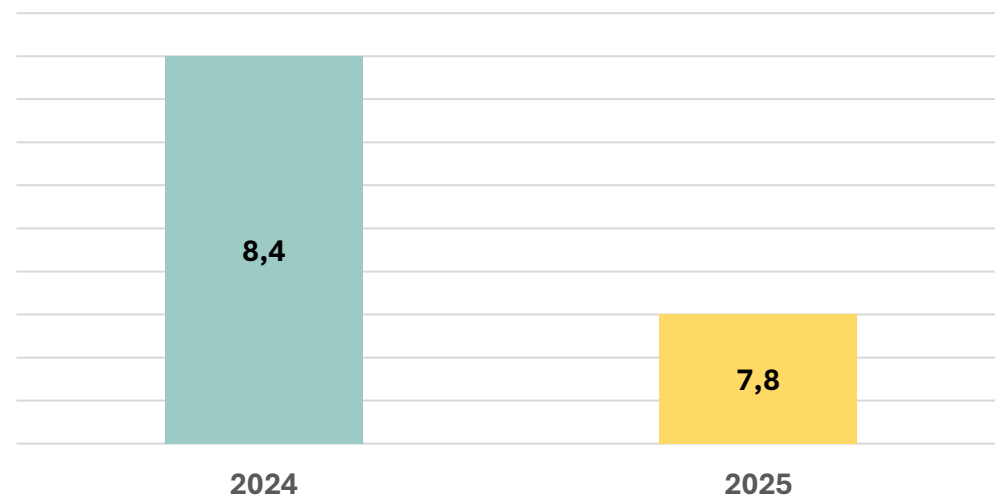
SITO WEB- TREND 2025

Soddisfazione totale

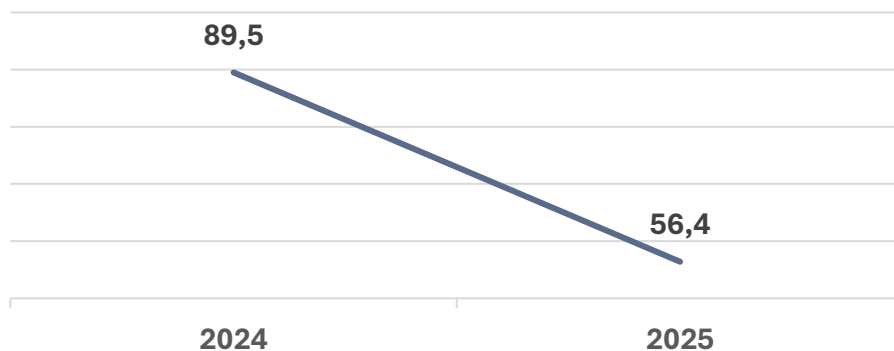
Indice % di soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



Indice % di alta soddisfazione media



SITO WEB

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** L'analisi evidenzia livelli di soddisfazione estremamente elevati e pressoché uniformi tra i sub-fattori considerati, con una media pari al 99,2% di utenti soddisfatti. Nel dettaglio, la *reperibilità dell'indirizzo del sito web* e la *ricchezza delle informazioni presenti* registrano il valore più alto (99,2%), seguite molto da vicino dalla *facilità di navigazione*, che si attesta al 99,1%. Le differenze risultano minime e confermano una percezione del sito come strumento efficace, accessibile e completo sotto il profilo informativo.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** L'alta soddisfazione media si attesta al 56,4%, evidenziando una buona presenza di giudizi di eccellenza, sebbene su livelli inferiori rispetto alla soddisfazione complessiva, che risulta quasi totalitaria. La distribuzione appare equilibrata tra i sub-fattori, con un leggero vantaggio per la *facilità di navigazione*, coerente con l'intensità più elevata rilevata su questo aspetto. Nel complesso, il sito web dimostra una buona capacità di generare apprezzamento, pur con margini di crescita nella trasformazione della soddisfazione diffusa in piena eccellenza.
- **Intensità della soddisfazione:** L'intensità media si attesta a 7,8, collocandosi nella fascia Media e avvicinandosi alla fascia Medio-Alta. Il valore più elevato riguarda la *facilità di navigazione* (7,9), mentre la *reperibilità dell'indirizzo* e la *ricchezza delle informazioni* si attestano a 7,8. Nel complesso, il dato conferma una qualità percepita solida e coerente, con un'esperienza utente valutata positivamente sia in termini di accessibilità sia di contenuti.

SITO WEB

Considerazioni

- **Domanda Overall e Importanza:** La domanda overall evidenzia livelli di soddisfazione molto elevati, con il 97,9% di utenti soddisfatti e una quota di alta soddisfazione pari al 57,7%. Il dato conferma una percezione complessivamente positiva dello strumento digitale, pur con una componente di eccellenza meno estesa rispetto alla soddisfazione generale. Il grado di importanza attribuito al sito web si attesta al 99,6%, evidenziando una rilevanza quasi assoluta per l'utenza. L'elevatissima importanza rafforza il peso strategico del canale digitale, che rappresenta un punto di contatto fondamentale tra azienda e cittadini.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra 2024 e 2025 mostra una sostanziale stabilità dell'indice percentuale di soddisfazione media, che passa dal 99,4% al 99,2%, confermandosi su livelli prossimi alla totalità della soddisfazione. Di segno diverso risulta invece l'andamento dell'indice di alta soddisfazione media, che registra una marcata flessione, passando dall'89,5% al 56,4%. Parallelamente, l'intensità di soddisfazione scende da 8,4 a 7,8, scendendo quindi nella fascia Media. Nel complesso, il trend evidenzia una soddisfazione diffusa e stabile, ma una riduzione significativa della componente di eccellenza. Il dato suggerisce la necessità di rafforzare ulteriormente l'esperienza utente e gli elementi distintivi del servizio digitale, al fine di recuperare la quota di utenti pienamente entusiasti.

NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

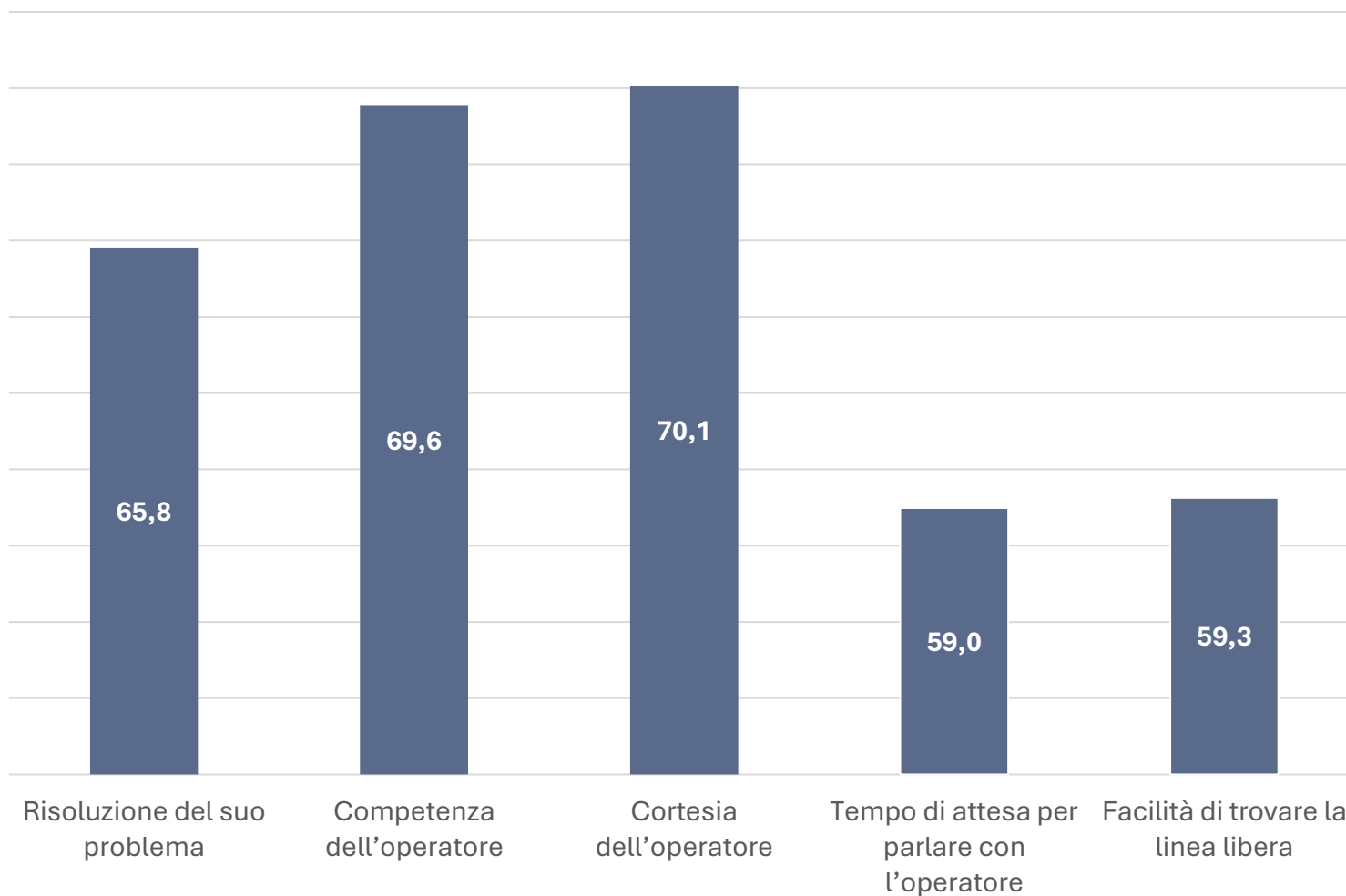
Dati comparati del grado di soddisfazione *(sul 77,8% dell'utenza)*

Sub Fattori	Distribuzione della soddisfazione		% di soddisfatti	Intensità	
Facilità di trovare la linea libera	0,8	39,9	59,3	99,2	7,8
Tempo di attesa per parlare con l'operatore	1,3	39,7	59,0	98,7	7,9
Cortesìa dell'operatore	0,2	29,7	70,1	99,8	8,2
Competenza dell'operatore	0,0	30,4	69,6	100,0	8,2
Risoluzione del suo problema	1,1	33,1	65,8	98,9	8,1
Valori medi				99,3	8,0

Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 77,8% dell'utenza)*



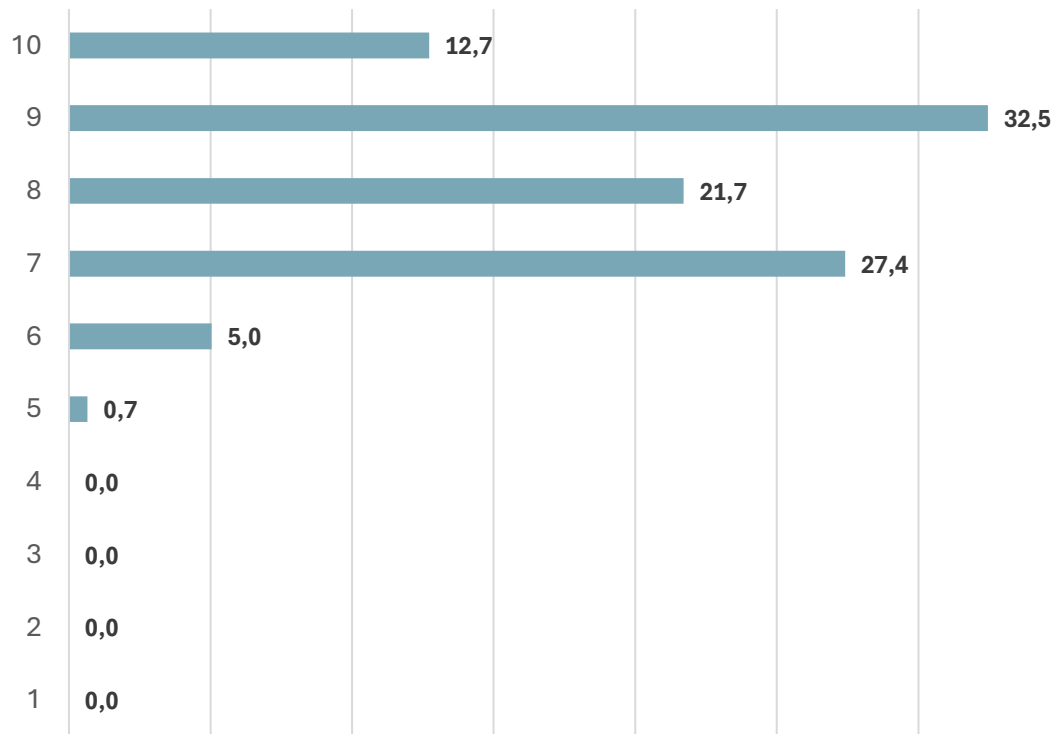
Indice % di Alta Soddisfazione MEDIA

64,7

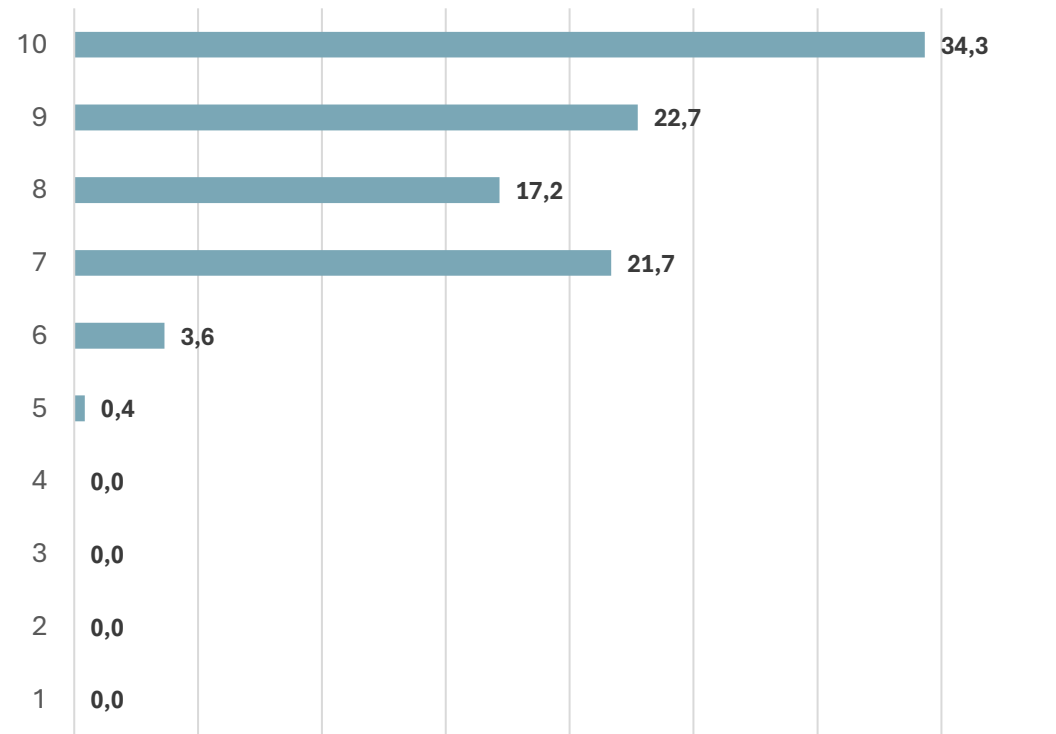
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Domanda Overall ed Importanza (sul 77,8% dell'utenza)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



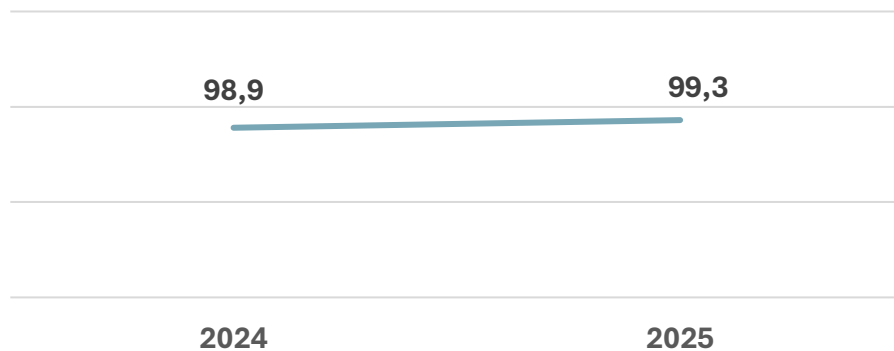
Alta Soddisfazione	66,9%
Soddisfazione	99,3%

Importanza	99,6%
------------	-------

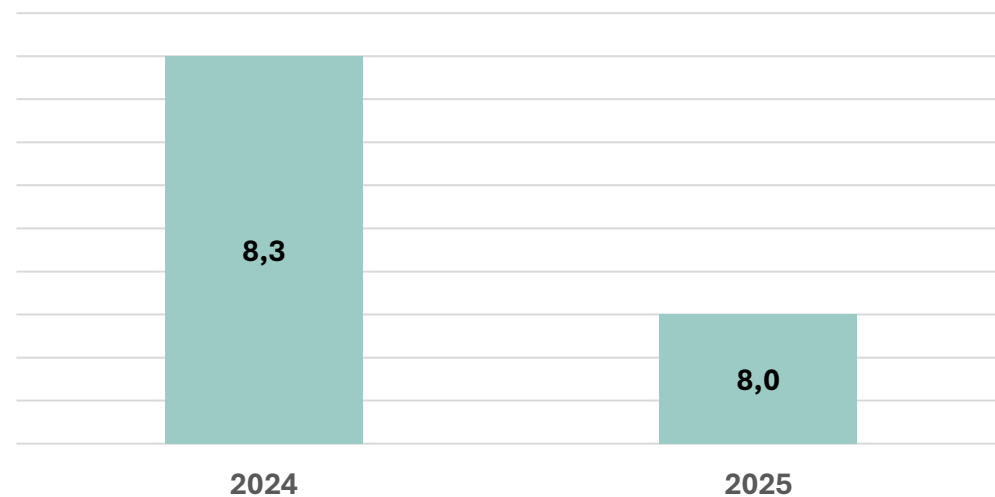
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI – TREND 2025

Soddisfazione totale

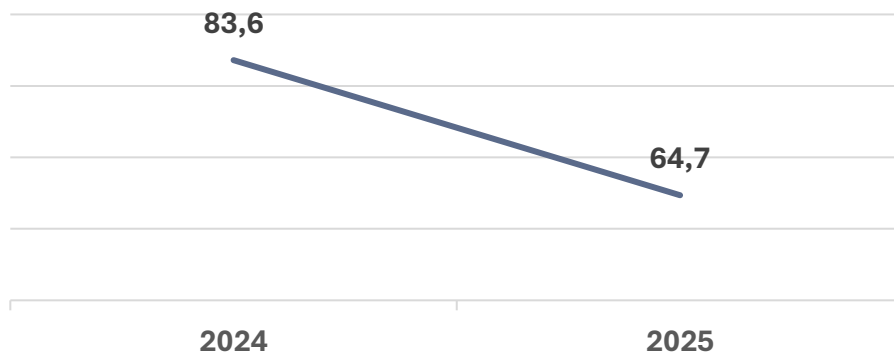
Indice % di soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



Indice % di alta soddisfazione media



NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** L'analisi evidenzia livelli di soddisfazione estremamente elevati e omogenei tra tutti i sub-fattori, con una media pari al 99,3% di utenti soddisfatti, ed attestandosi come il miglior fattore. Nel dettaglio, la *competenza dell'operatore* raggiunge il valore massimo (100%), seguita dalla *cortesìa dell'operatore* (99,8%). Valori molto elevati si registrano anche per la *facilità di trovare la linea libera* (99,2%), la *risoluzione del problema* (98,9%) e il *tempo di attesa* (98,7%). Il quadro complessivo conferma una percezione altamente positiva del servizio, senza evidenti criticità nei singoli aspetti analizzati.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** L'indice percentuale di alta soddisfazione media si attesta al 64,7%, evidenziando una buona incidenza di giudizi di eccellenza. I valori più elevati si registrano per la *cortesìa dell'operatore* (70,1%) e la *competenza dell'operatore* (69,6%), a conferma della centralità della qualità relazionale e professionale. Più contenuti risultano invece i giudizi relativi alla *facilità di trovare la linea libera* (59,3%) e al *tempo di attesa* (59,0%), che rappresentano gli ambiti con maggiore margine di miglioramento nella generazione di piena soddisfazione.
- **Intensità di soddisfazione:** L'intensità media si attesta a 8,0, collocandosi nella fascia alta. I punteggi più elevati riguardano la *cortesìa e la competenza dell'operatore* (8,2), seguiti dalla *risoluzione del problema* (8,1). Inferiori invece risultano la *facilità di accesso alla linea* (7,8) e il *tempo di attesa* (7,9), pur mantenendosi su livelli positivi. Nel complesso, il servizio clienti telefonico si configura come un punto di forza dell'organizzazione, con una qualità percepita elevata sia sotto il profilo tecnico sia relazionale.

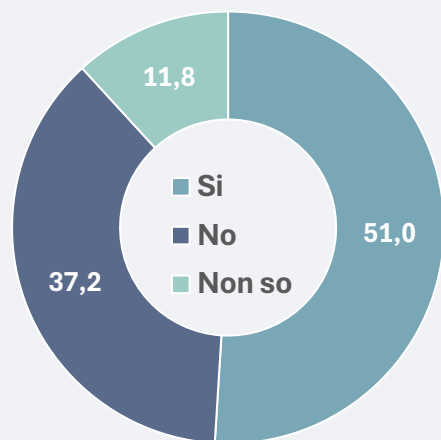
NUMERO VERDE ATTENZIONE CLIENTI

Considerazioni

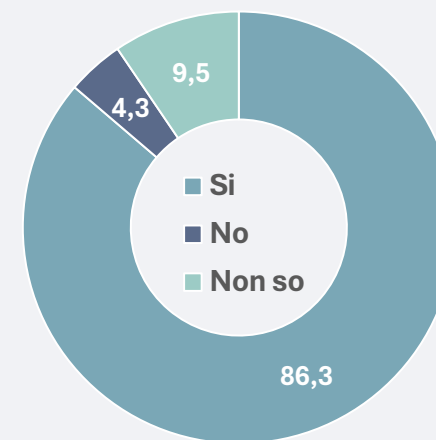
- **Domanda Overall e Importanza:** La domanda overall registra livelli di soddisfazione estremamente elevati, con il 99,3% di utenti soddisfatti e una quota di alta soddisfazione pari al 66,9%, dato che conferma una solida presenza di giudizi di eccellenza. Il grado di importanza attribuito al servizio si attesta al 99,6%.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra 2024 e 2025 evidenzia un leggero miglioramento dell'indice percentuale di soddisfazione media, che passa dal 98,9% al 99,3%, consolidandosi come fattore trainante dell'azienda. Diversamente, l'indice di alta soddisfazione media registra una flessione significativa, scendendo dall'83,6% al 64,7%, segnalando una riduzione della quota di utenti pienamente entusiasti. Anche l'intensità di soddisfazione mostra una lieve diminuzione, passando da 8,3 a 8,0, pur mantenendosi nella fascia Medio-Alta. Nel complesso, il trend conferma una soddisfazione diffusa e stabile, ma evidenzia un ridimensionamento della componente di eccellenza. Il dato suggerisce l'opportunità di intervenire sugli aspetti più sensibili per l'utente — in particolare tempi di attesa e accessibilità — al fine di rafforzare ulteriormente l'esperienza complessiva e recuperare la quota di altamente soddisfatti.

COMUNICAZIONE

Ritiene necessario inasprire controlli e sanzioni?



Ritiene necessario fare campagne educative (nelle scuole ad esempio)?



COMUNICAZIONE

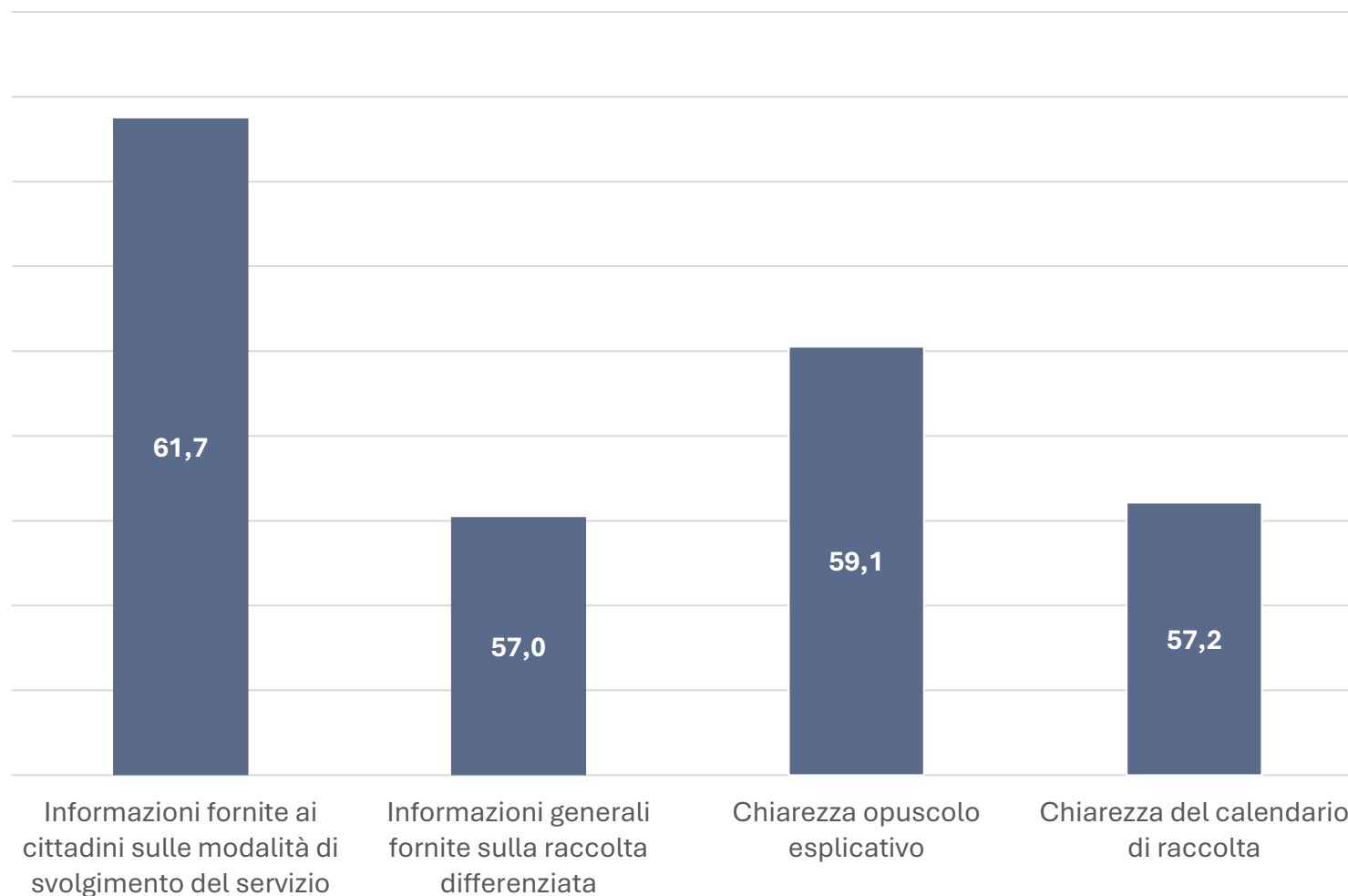
Dati comparati del grado di soddisfazione *(sul 77,8% dell'utenza)*

Sub Fattori	Distribuzione della soddisfazione		% di soddisfatti	Intensità	
Chiarezza del calendario di raccolta	1,7	41,1	57,2	98,4	7,7
Chiarezza opuscolo esplicativo	1,2	39,8	59,1	98,8	7,7
Informazioni generali fornite sulla raccolta differenziata	1,0	41,9	57,0	99,0	7,7
Informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio	1,1	37,2	61,7	99,0	7,8
Valori medi				98,8	7,7

Bassa (voto 1-5); Media (voto 6-7); Alta (voto 8-10)

COMUNICAZIONE

Dati comparati del grado di alta soddisfazione *(sul 77,8% dell'utenza)*



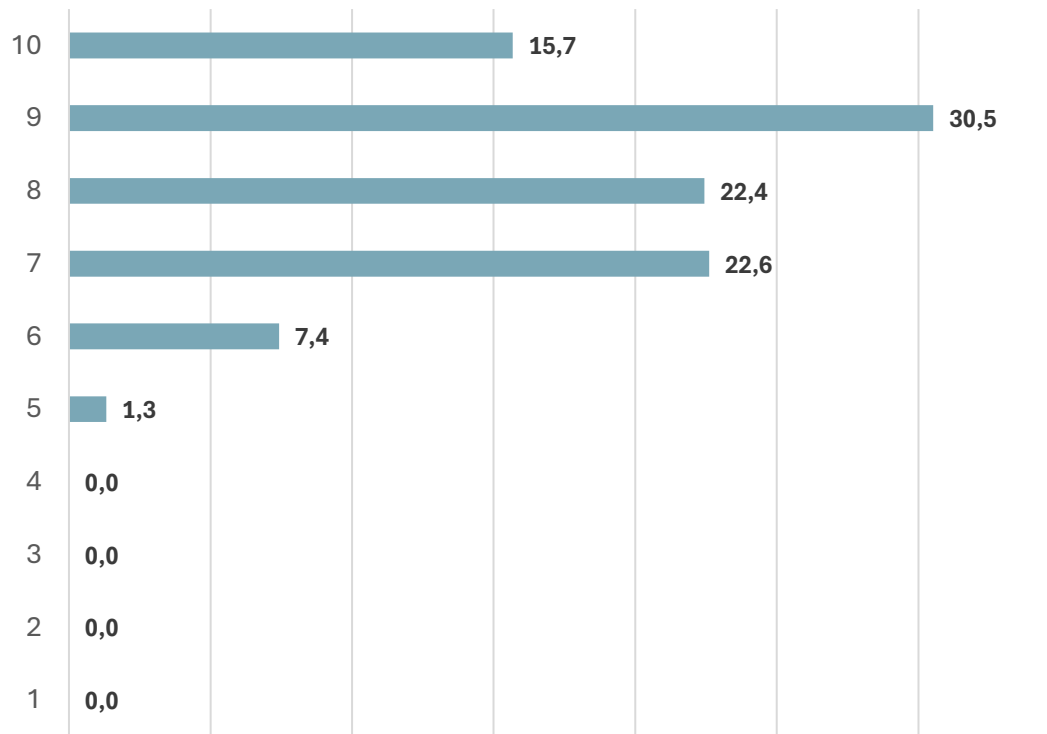
**Indice % di Alta
Soddisfazione MEDIA**

58,8

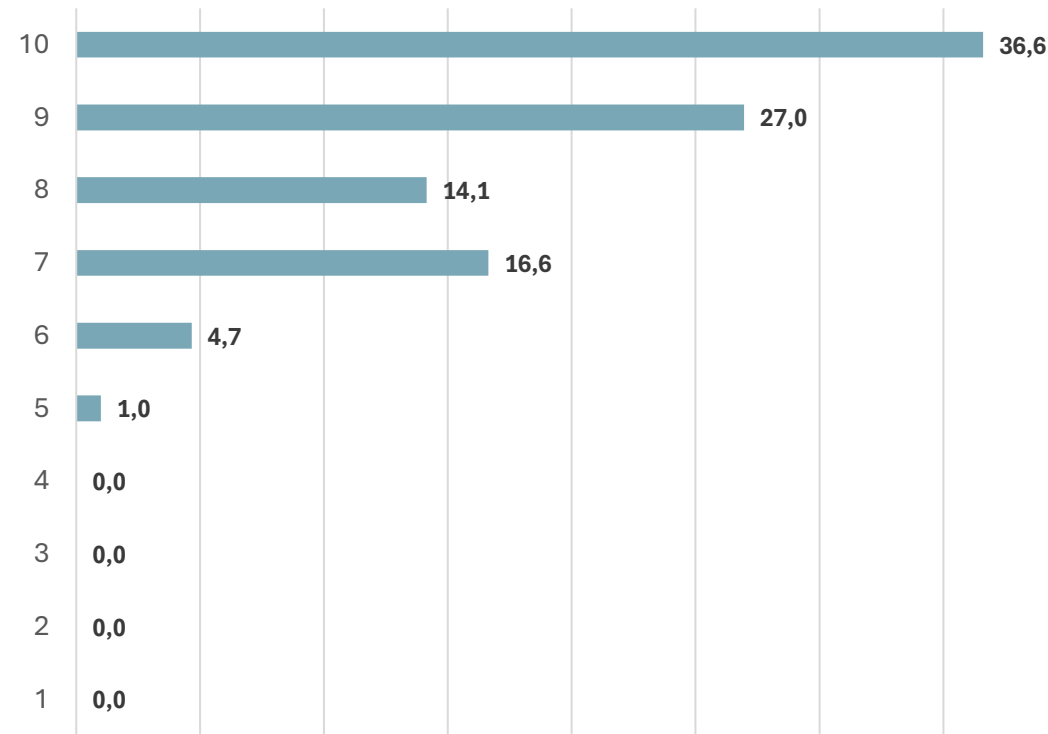
COMUNICAZIONE

Domanda Overall ed Importanza (sul 77,8% dell'utenza)

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



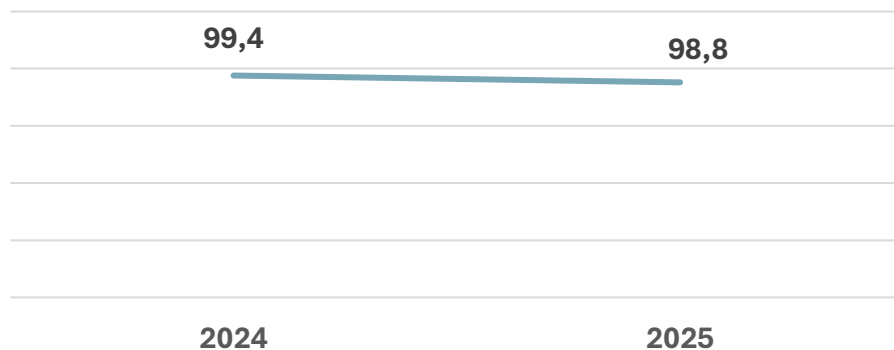
Alta Soddisfazione	68,6%
Soddisfazione	98,7%

Importanza	99,0%
-------------------	--------------

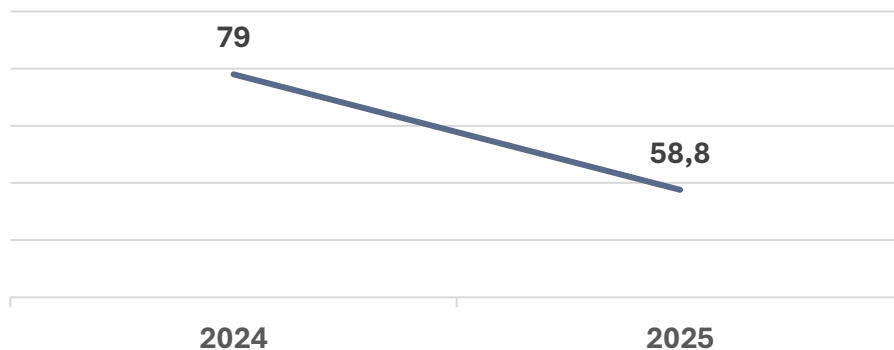
COMUNICAZIONE- TREND 2025

Soddisfazione totale

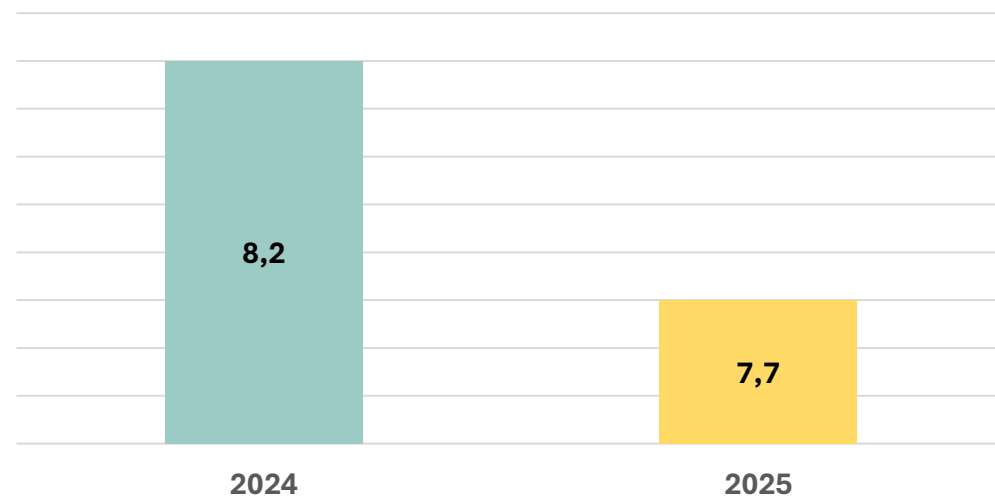
Indice % di soddisfazione media



Indice % di alta soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



COMUNICAZIONE

Considerazioni

- **Dati comparati del grado di soddisfazione:** L'analisi evidenzia livelli di soddisfazione alti pari ai fattori più performanti del sistema, con una media dell'98,8% di utenti soddisfatti. Nel dettaglio, le *informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio* (99%%), e le *informazioni generali sulla raccolta differenziata* (99%) registrano la percentuale più elevata. Più contenuti ma sempre nella fascia dell'alta soddisfazione risultano i giudizi relativi alla *chiarezza dell'opuscolo esplicativo* (98,4%) e alla *chiarezza del calendario di raccolta* (98,8%). Il quadro complessivo non rappresenta particolari criticità da segnalare.
- **Dati comparati del grado di alta soddisfazione:** L'indice percentuale di alta soddisfazione media arriva al 58,8% degli intervistati, con una punta di eccellenza per le *informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio*, che ottiene un 61,7% di voti da 8 a 10 . La *chiarezza del calendario di raccolta* registra il valore più basso di alta soddisfazione, *fermandosi a 57,2%*, evidenziando un particolare margine di miglioramento
- **Intensità di soddisfazione:** L'intensità media si attesta a 7,7, collocandosi nella parte alta della fascia Media. C'è una forte parità nella media di ogni sub-fattore, tutti a 7,7 con la sola eccezione delle *informazioni fornite ai cittadini sulle modalità di svolgimento del servizio*, che sale leggermente a 7,8.

COMUNICAZIONE

Considerazioni

- **Domanda Overall e Importanza:** Il dato relativo alla soddisfazione complessiva evidenzia un livello molto elevato (**98,7%** di utenti soddisfatti). La quota di "alta soddisfazione" si attesta al **68,6%**, un valore che segnala una solida presenza di giudizi di eccellenza, superiore a quanto rilevato nei singoli sub-fattori informativi. Il grado di importanza attribuito all'area comunicazione raggiunge il **99,0%**, confermando come l'informazione rivesta un ruolo centrale nella percezione del servizio. L'elevata rilevanza, unita a livelli di gradimento così positivi, ribadisce la natura strategica della comunicazione nel consolidare il rapporto con l'utenza.
- **Trend:** L'analisi comparativa tra il 2024 e il 2025 mostra una leggera flessione della soddisfazione media, che passa dal **99,4% al 98,8%**. Si tratta di un'oscillazione inferiore al punto percentuale, contenuta entro il margine di errore statistico e coerente con l'andamento generale dell'indagine. Risulta invece più marcata la contrazione dell'indice di **alta soddisfazione**, che scende dall'**81,1%** del 2024 al **68,6%** del 2025, segnalando una diminuzione della quota di utenti "pienamente soddisfatti". Anche l'intensità della soddisfazione registra un calo (da **8,2 a 7,7**), in linea con la riduzione dei giudizi di eccellenza.

Considerazioni finali: *Diversi utenti segnalano la mancata ricezione domiciliare del calendario e dell'opuscolo informativo. Tale criticità emerge con forza soprattutto tra l'utenza **over 65**, che riscontra maggiori difficoltà nell'accesso e nella consultazione dei materiali tramite i canali digitali aziendali.*



GIUDIZIO GLOBALE

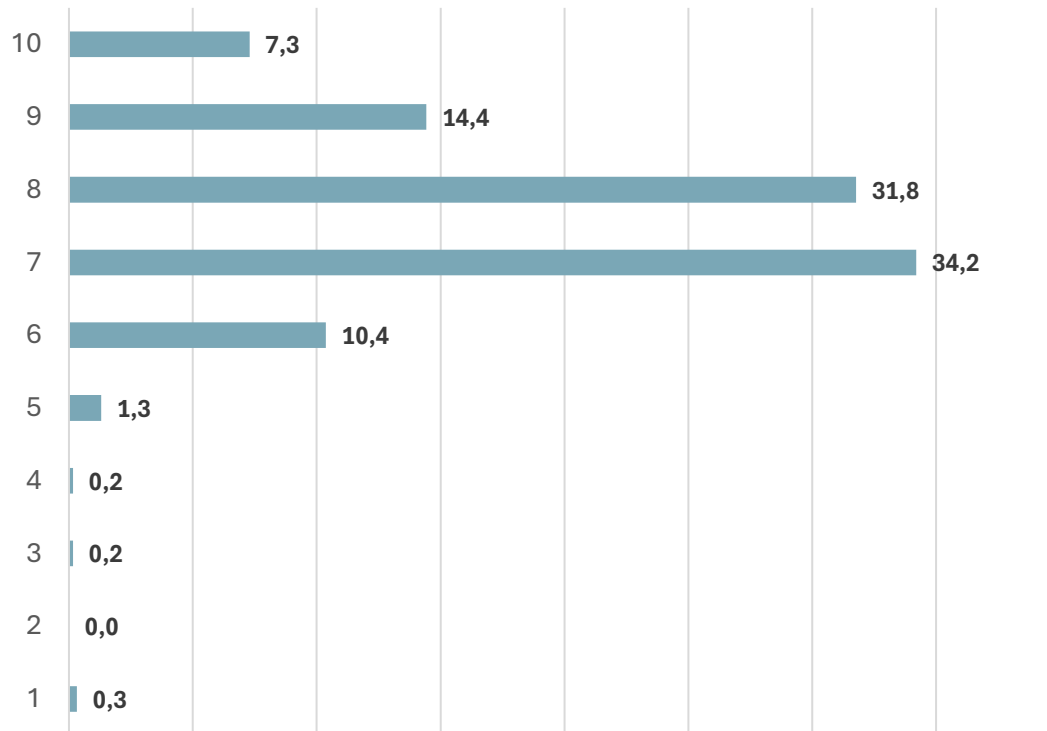


RAPPORTO QUALITÀ / PREZZO

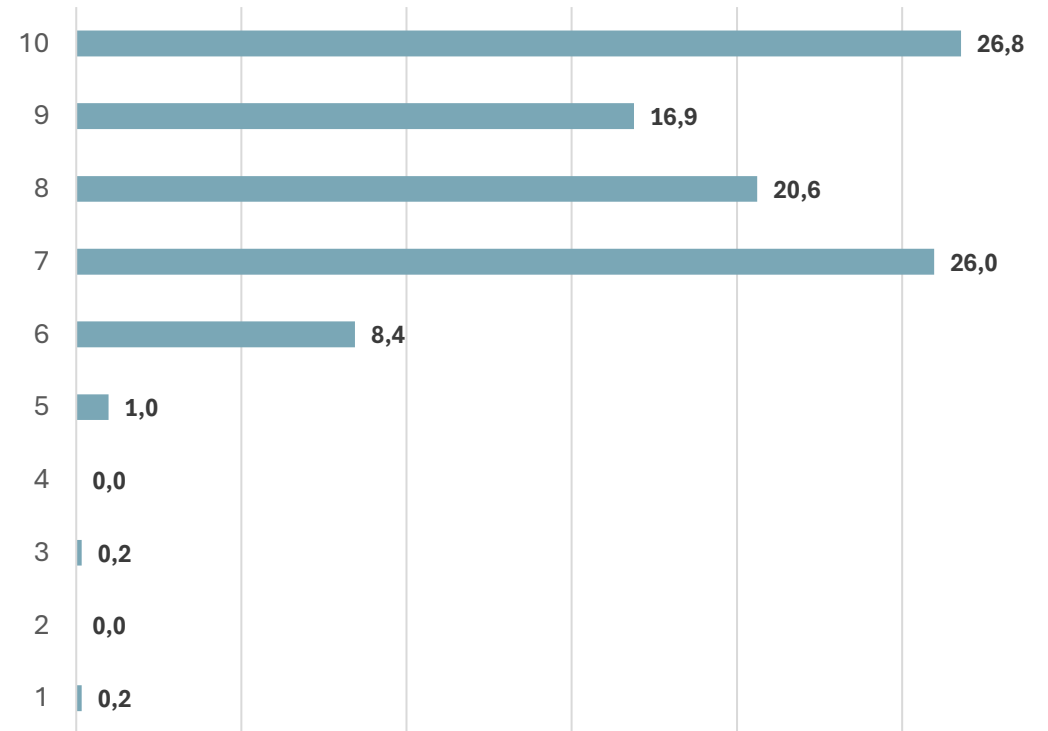
GIUDIZIO GLOBALE

Domanda Overall e importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



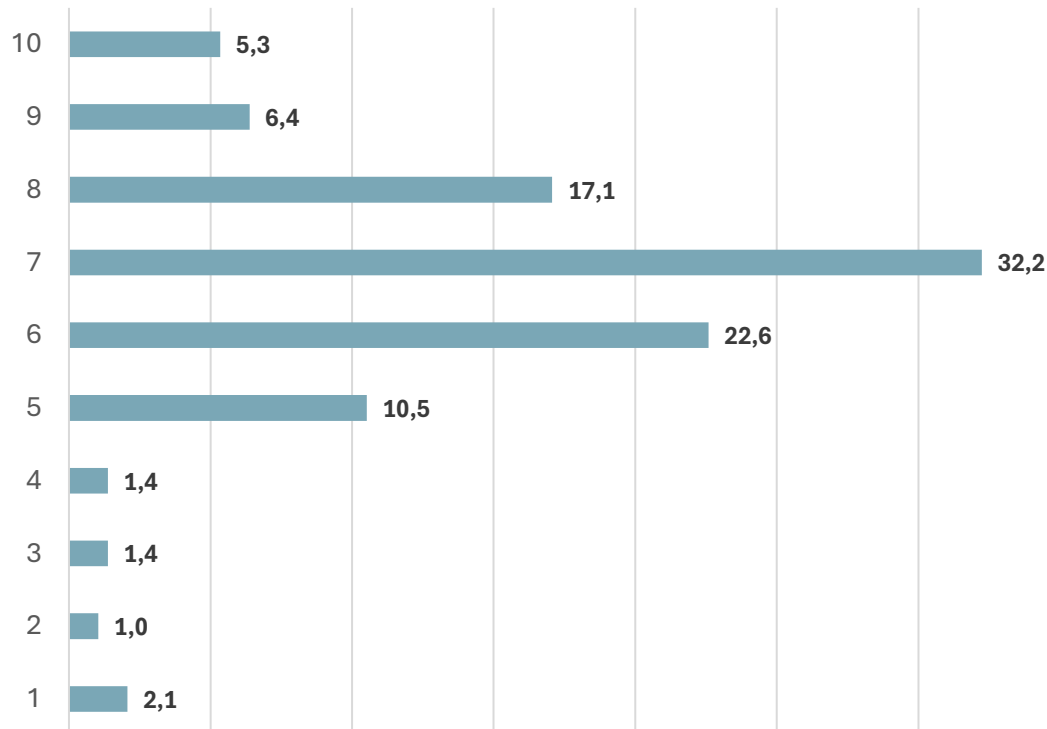
Alta Soddisfazione	53,5%
Soddisfazione	98,1%

Importanza	98,7%
------------	-------

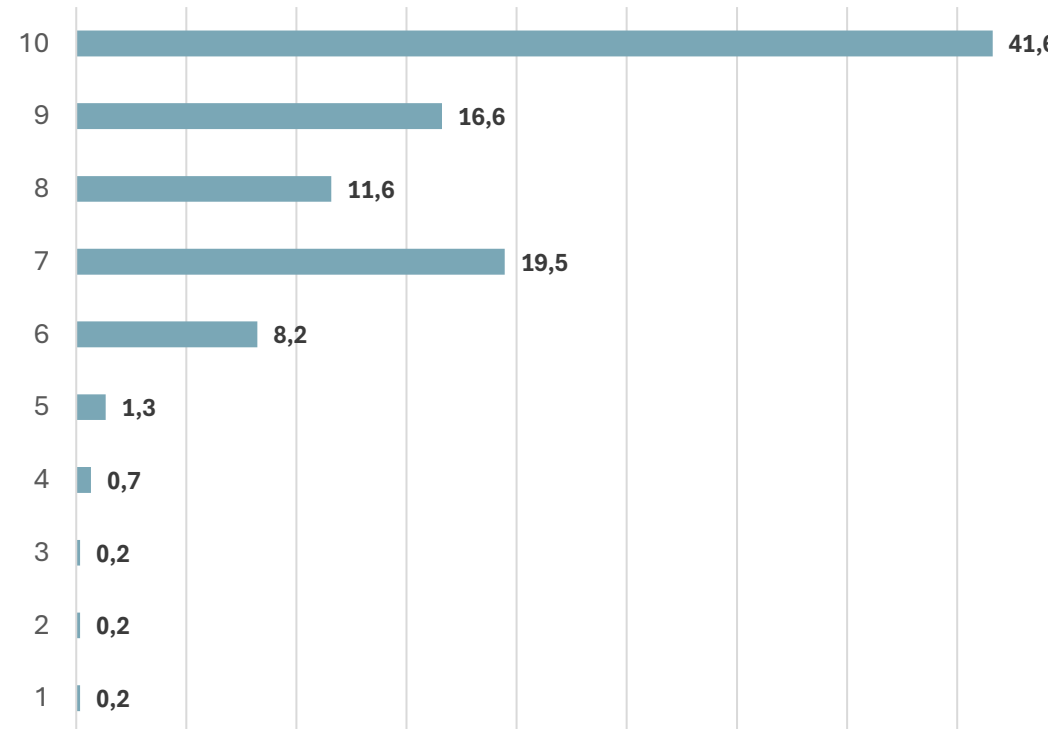
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO

Domanda Overall e importanza

Soddisfazione generale dell'indicatore – Domanda Overall



IMPORTANZA – Per la costruzione della Mappa delle Priorità



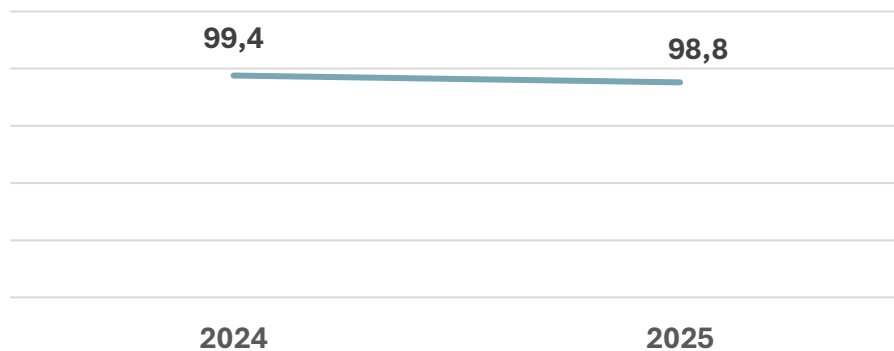
Alta Soddisfazione	28,8%
Soddisfazione	83,8%

Importanza	97,5%
------------	-------

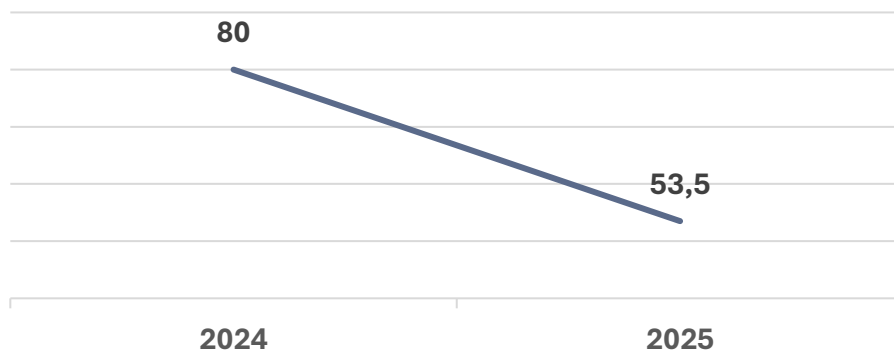
GIUDIZIO COMPLESSIVO- TREND 2025

Soddisfazione totale

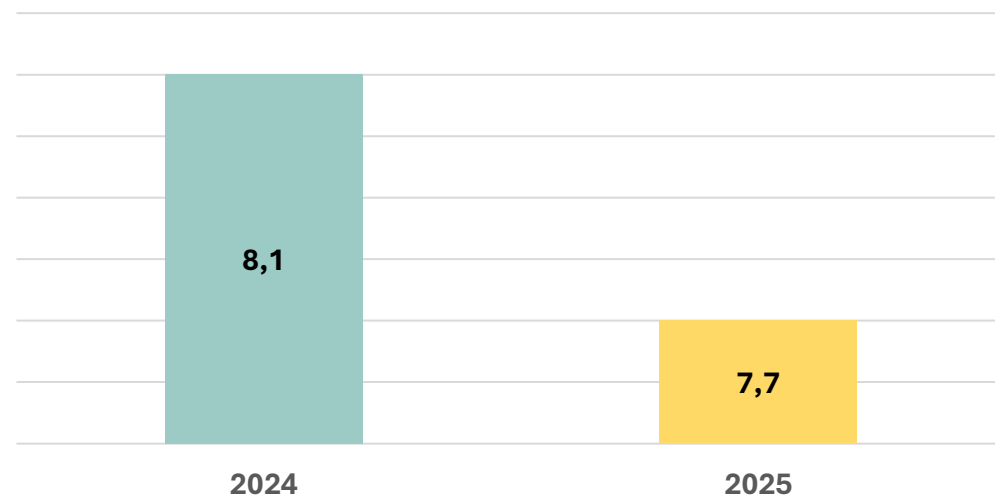
Indice % di soddisfazione media



Indice % di alta soddisfazione media



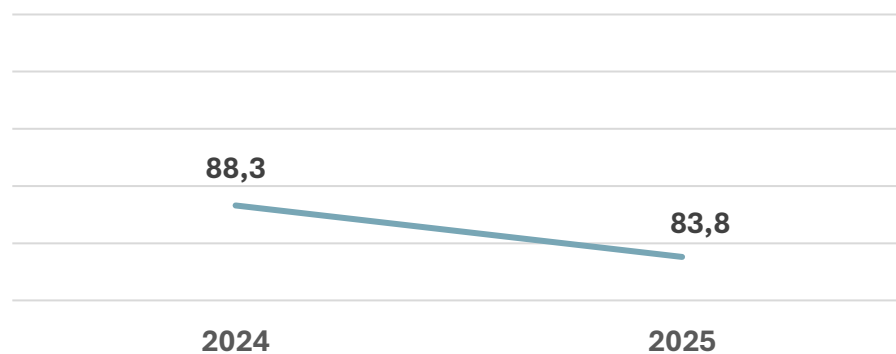
Intensità di soddisfazione



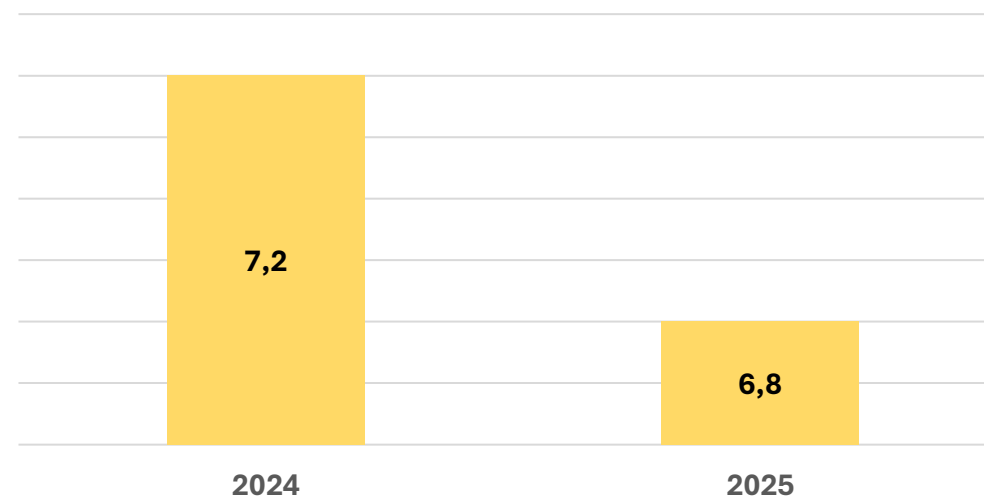
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO – TREND 2025

Soddisfazione totale

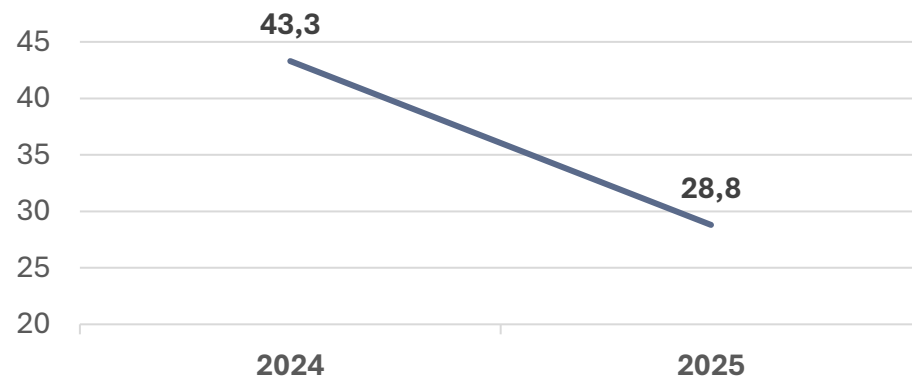
Indice % di soddisfazione media



Intensità di soddisfazione



Indice % di alta soddisfazione media



GIUDIZIO COMPLESSIVO

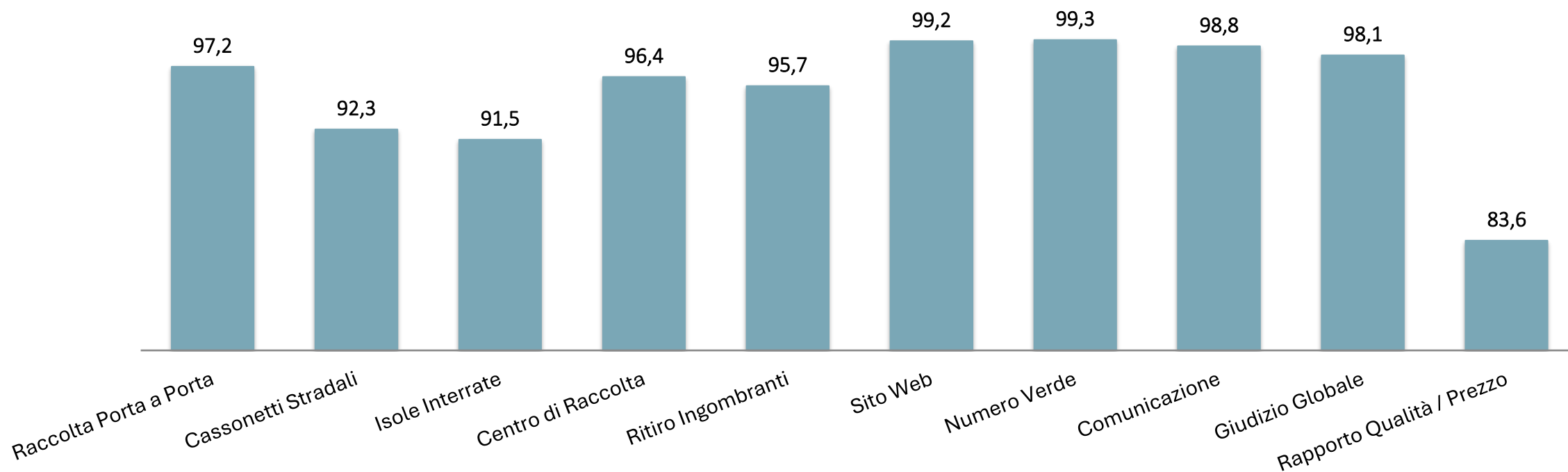
Considerazioni

- **Giudizio globale:** Il giudizio globale registra livelli di soddisfazione molto elevati, con il 98,1% di utenti soddisfatti e una quota di alta soddisfazione pari al 53,5%. Il dato conferma una percezione complessivamente positiva del servizio, pur con una componente di eccellenza più contenuta rispetto alla soddisfazione generale. L'importanza attribuita (98,7%) risulta molto elevata, evidenziando come il giudizio complessivo rappresenti una sintesi strategica dell'esperienza dell'utenza e un indicatore centrale della qualità percepita.
- **Rapporto qualità / prezzo:** Il rapporto qualità-prezzo presenta livelli di soddisfazione più contenuti rispetto agli altri ambiti, con l'83,8% di utenti soddisfatti e una quota di alta soddisfazione pari al 28,8%, la più bassa rilevata. A fronte di un'importanza molto elevata (97,5%), il dato segnala un'area particolarmente sensibile per l'utenza, nella quale la percezione del valore economico del servizio rappresenta un potenziale ambito di miglioramento strategico.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

Utenti soddisfatti – voti 6 a 10 - Media ponderata dell'indice percentuale di soddisfazione media su ogni fattore

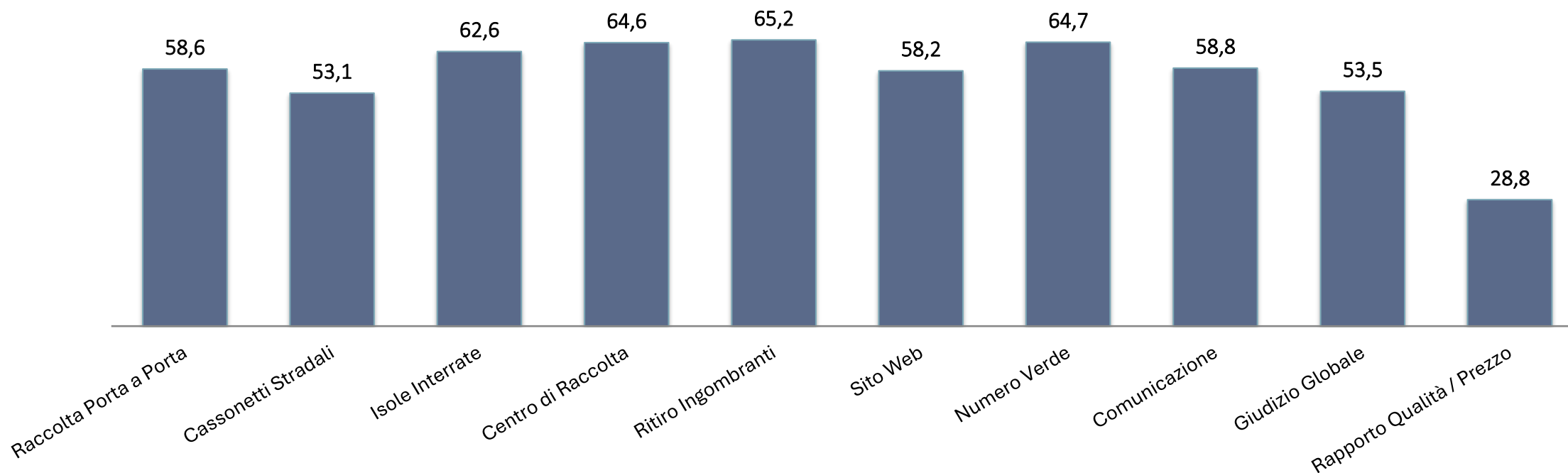
CSI – 95,3



HIGH CUSTOMER SATISFACTION INDEX GENERALE 2025

Molto soddisfatti (voti 8 a 10) - Media ponderata dell'indice percentuale di ALTA soddisfazione media su ogni fattore

HCSI – 56,2



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

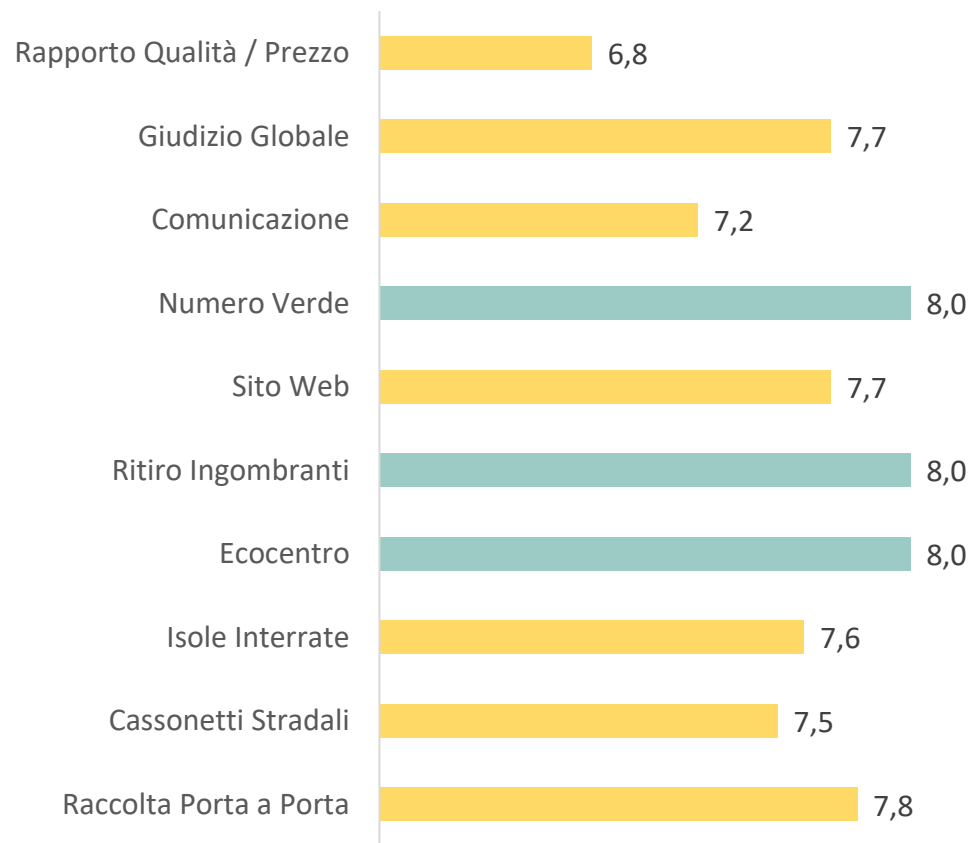
Nota Metodologica

NOTA METODOLOGICA: Per costruire un Indice di Customer Satisfaction (sintetico) abbiamo assegnato ad ogni Fattore un peso specifico relativo all'importanza che ognuno ha all'interno del sistema.

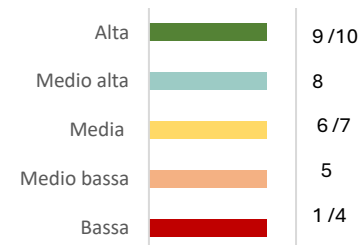
Fattore	Peso
Raccolta Porta a Porta	0,125
Cassonetti Stradali	0,125
Isole Interrate	0,05
Centro di Raccolta	0,1
Ritiro Ingombranti	0,1
Sito Web	0,05
Numero Verde	0,1
Comunicazione	0,1
Giudizio Globale	0,15
Rapporto Qualità / Prezzo	0,1
Totale	1

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



**Intensità
(media dei punteggi)
TOTALE**



CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2025

Confronto: INDICE GENERALE / INDICE SINTETICO

L'INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE (*overall*) è la risposta a una **domanda unica fatta alla fine della valutazione** del servizio e dopo che l'intervistato ha appena ripassato tutti gli aspetti componenti del servizio.

GIUDIZIO GLOBALE: **In totale, considerando tutti gli aspetti del servizio, quanto è soddisfatto?**

L'INDICE SINTETICO è il valore della **media ponderata** dove ogni singolo Fattore ha un peso relativo all'interno dell'insieme in base alla sua importanza. L'Indice Sintetico è **quello da considerare come risultato finale** della misurazione della qualità del servizio.

INDICE GENERALE	98,1
INDICE SINTETICO	93,6

Dall'esame dei Fattori emerge come l'INDICE SINTETICO di SODDISFAZIONE (93,6) sia positivo e superiore alla soglia convenzionale di alta soddisfazione (90,0).

L'INDICE GENERALE di SODDISFAZIONE (98,1) è superiore a quello Sintetico di 4,5 punti percentuali, cioè che i BRAND aziendale **ACSEL SpA**, viene percepito positivamente dagli utenti e **genera un valore aggiunto** rispetto alla performance diretta del servizio considerato

MAPPA DELLE PRIORITÀ

Il significato della mappa delle priorità

La mappa rappresenta un primo strumento di analisi che fornisce una immediata e chiara rappresentazione del posizionamento degli item e consente di orientare il processo di decisione con particolare riferimento agli item a maggiore fabbisogno di attenzione. Ciò nonostante, è bene prendere atto che essa va considerata come un mezzo di supporto alle decisioni e non come produttore di decisioni intrinsecamente valide. Già a questo livello, occorre pertanto essere consapevoli che il ruolo del management non viene assolutamente meno, ma anzi grazie allo strumento vede enfatizzata la possibilità di valutazione critica dei risultati emersi dall'indagine.

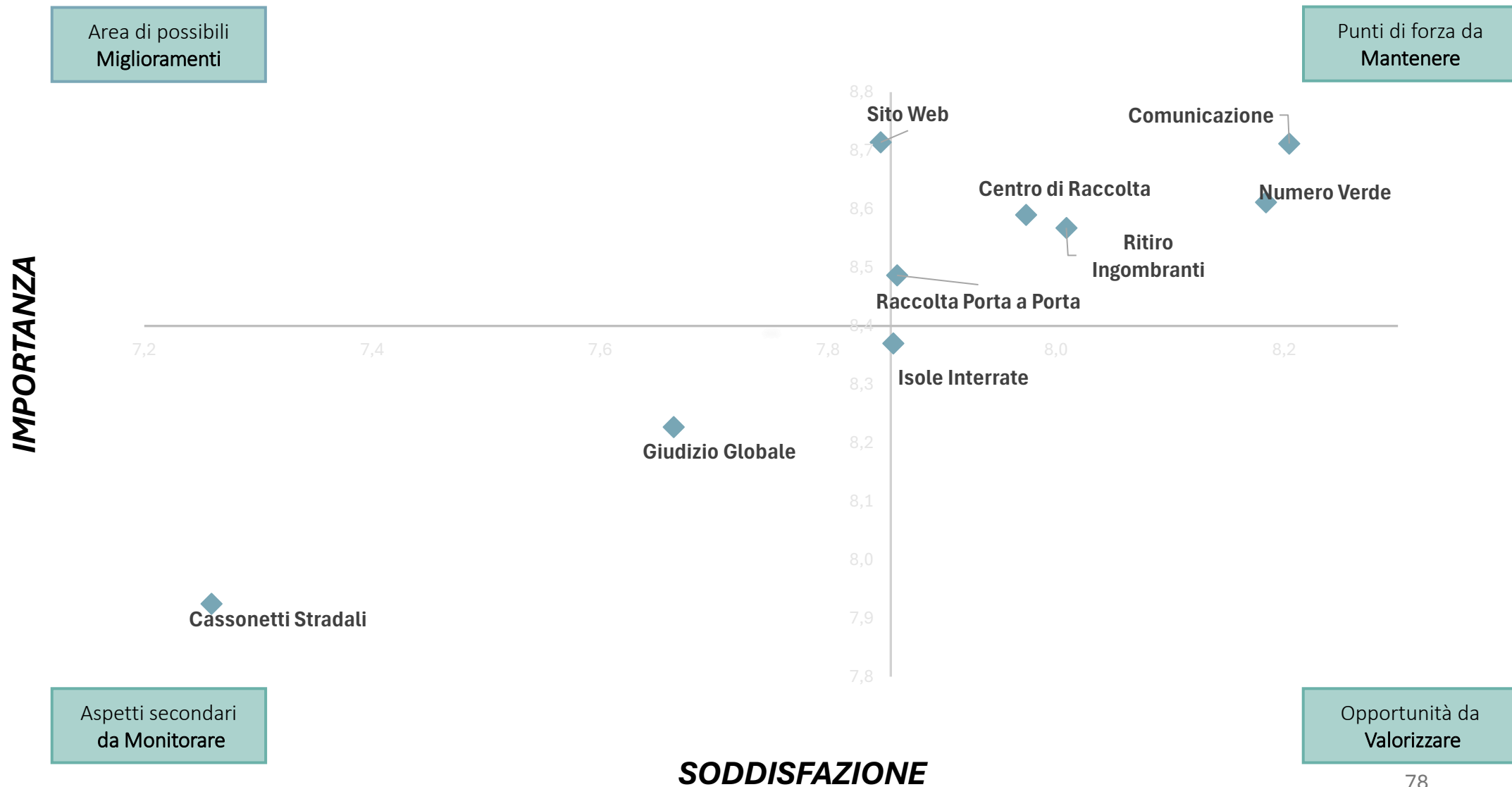
Letture della Mappa

Intanto va specificato che l'obiettivo della mappa è quello di facilitare la lettura dei dati e favorire la presa di decisioni consentendo di individuare eventuali ambiti prioritari di intervento (ossia quelli ove si presentano contemporaneamente un alto livello di importanza per il cittadino e un basso livello di soddisfazione). La mappa può essere letta considerando le seguenti aree: 1. area in alto a sinistra ("delle criticità") – bassa soddisfazione e alta importanza - che raccoglie gli elementi del servizio maggiormente suscettibili di miglioramento, su cui intervenire con priorità più elevata; 2. area in basso a sinistra ("del monitoraggio") – bassa soddisfazione e bassa importanza – caratterizzata da elementi del servizio da controllare nel tempo, per verificare che le aspettative degli utenti non crescano; 3. area in alto a destra ("della competitività") – alta soddisfazione e alta importanza - comprendente gli item che qualificano il valore del servizio in modo positivo e devono essere mantenuti. 4. area in basso a destra ("delle illusioni") – alta soddisfazione bassa importanza – la quale induce a ritenere che sulle relative componenti del servizio si stia approfondendo un impegno inutile nell'assicurare agli utenti standard elevati di qualità; si potrebbe pertanto considerare di dirottare risorse nell'accrescere il livello di soddisfazione di altri aspetti.

Fonte: Linee Guida del Ministero per la Pubblica Amministrazione e l'Innovazione

	Giudizio di soddisfazione sul singolo indicatore	
Importanza del singolo indicatore	BASSO	ALTO
ALTA	Area della criticità Priorità Alta	Area della competitività Priorità Media
BASSA	Area del monitoraggio Priorità Media	Area delle illusioni Priorità Alta

MAPPA DELLE PRIORITÀ



MAPPA DELLE PRIORITÀ

Si considera il risultato come un «Sistema Chiuso». Per la costruzione della Mappa si tiene conto della media dei punteggi dati (Intensità) e non della percentuale di utenti che votano tra 6 e 10, quelli considerati «soddisfatti», con riferimento ad i risultati della domanda *Overall* di ogni fattore. Ci sono quelli più in alto, che dimostrano maggiore importanza (asse verticale: Importanza); quelli più a destra segnalano maggiore soddisfazione (asse orizzontale: Soddisfazione).

Area di possibili miglioramenti

- Sito Web

Punti di Forza da mantenere

- Comunicazione
- Numero Verde
- Centro di Raccolta
- Ritiro ingombranti
- Raccolta porta a porta

Aspetti secondari da monitorare

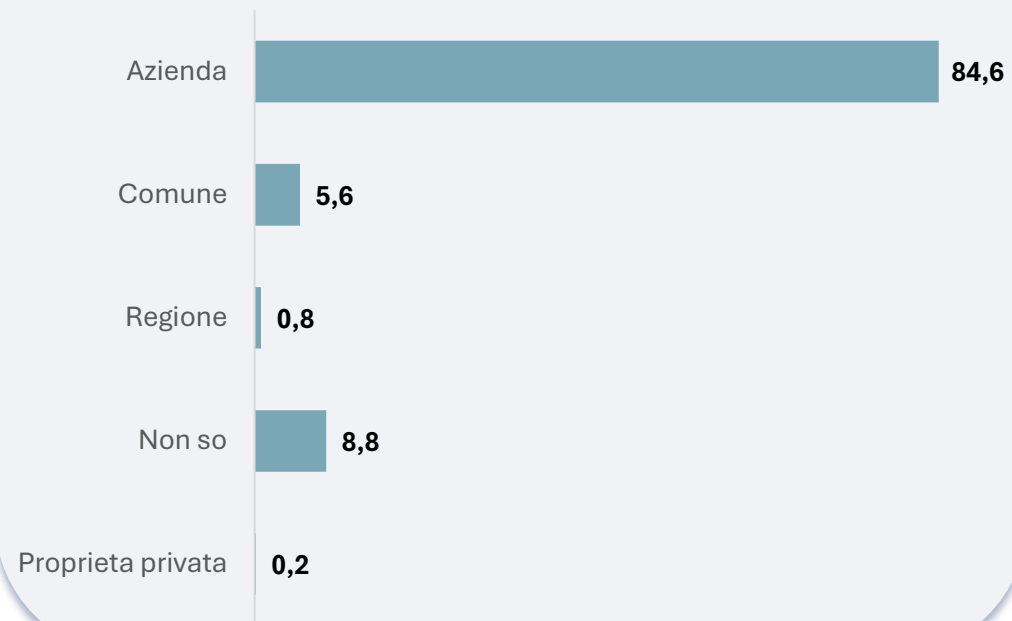
- Giudizio Globale
- Cassonetti Stradli

Opportunità da valorizzare

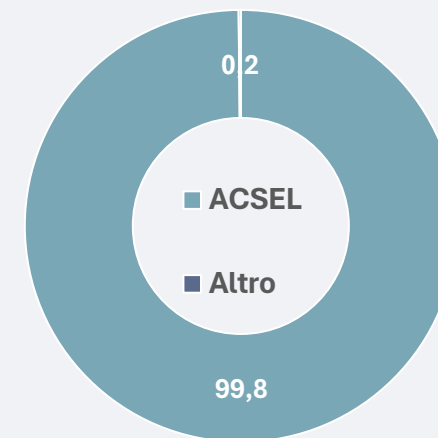
- Isole interrattate

NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Lei sa chi fornisce tutti questi servizi?

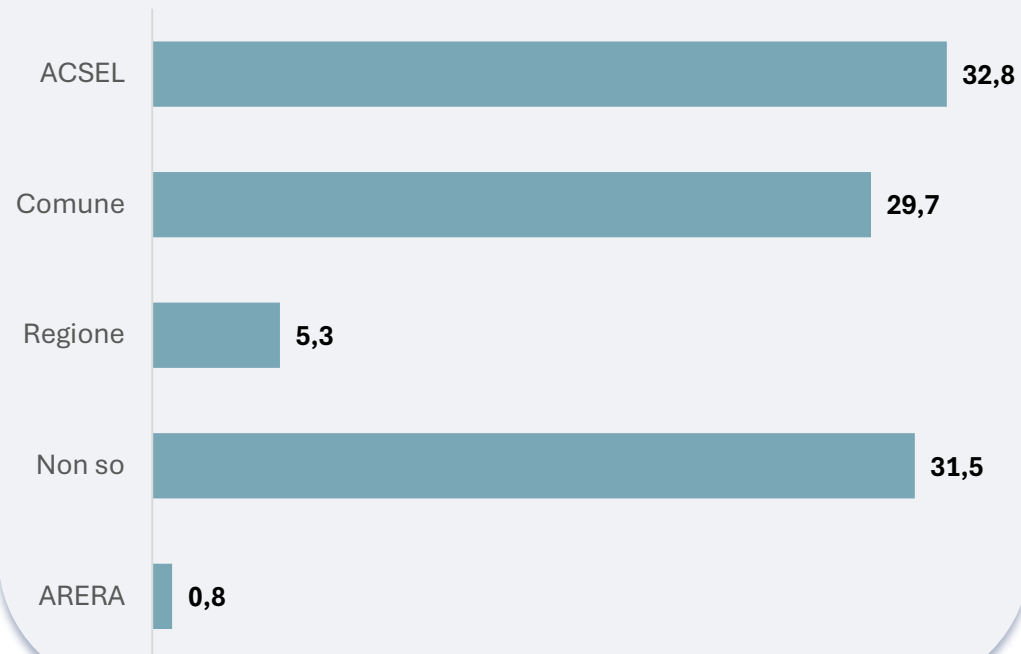


Sa indicare il nome della azienda?

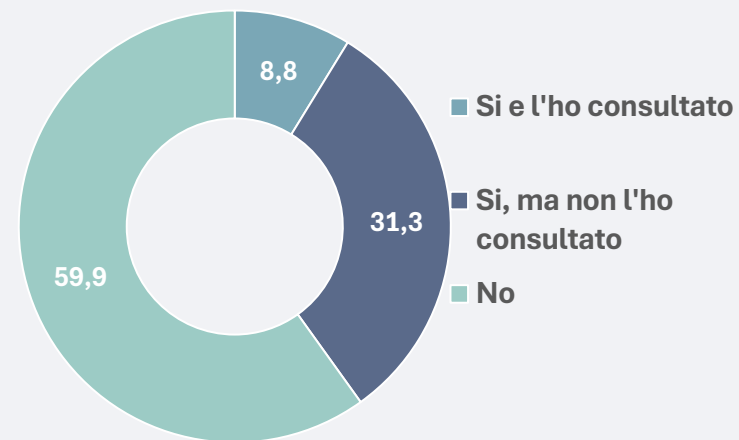


NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

Sa chi determina la tariffa?

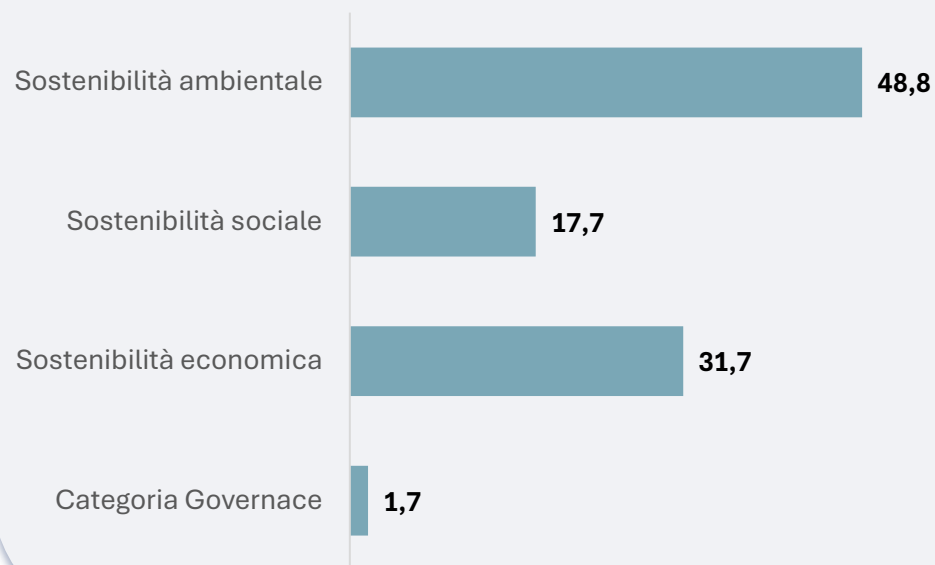


E' a conoscenza del fatto che ACSEL S.p.A. redige il Bilancio di Sostenibilità?

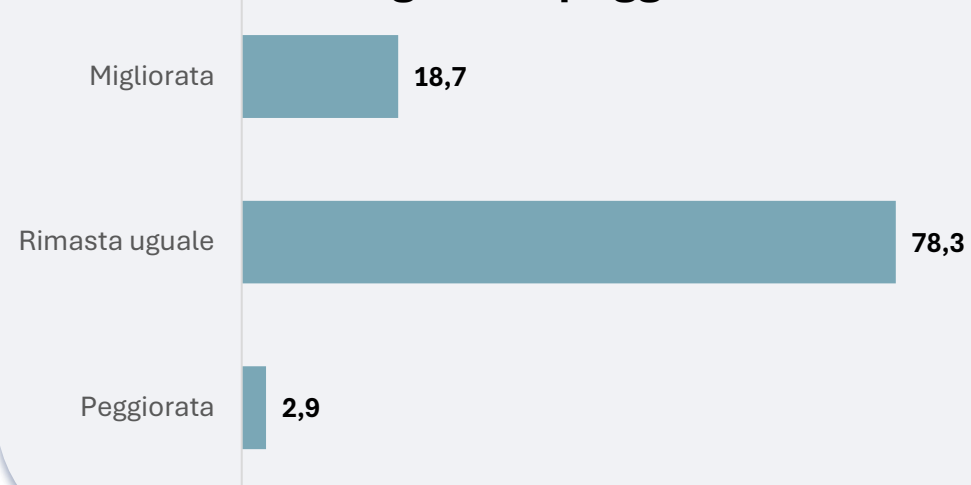


NOTORIETÀ DELLA SOCIETÀ

su quali temi pensa il gestore del servizio di raccolta differenziata dovrebbe focalizzarsi?

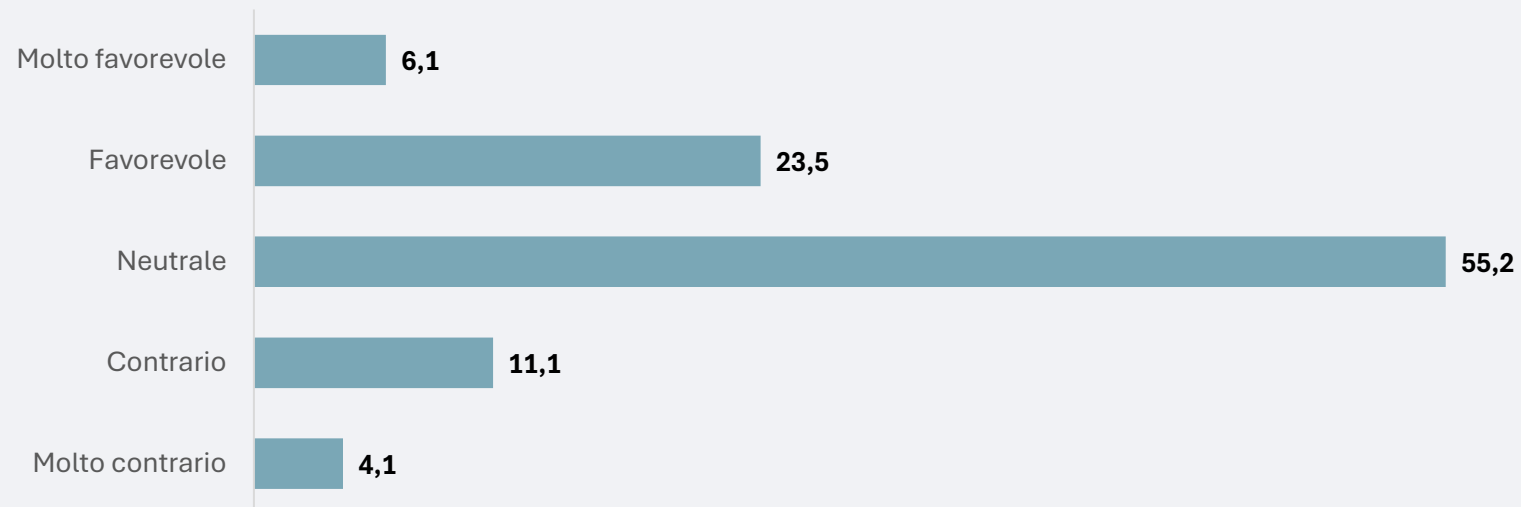


In generale, ritiene che la qualità del servizio di Raccolta Differenziata offerto dalla ACSEL S.p.A. negli ultimi due anni, sia migliorata, rimasta uguale o peggiorata??



OPINIONE – SENTIMENT SU POSSIBILE SINERGIA AZIENDALE

**L'Acsel è l'azienda pubblica di proprietà dei Comuni della Valle di Susa.
Come valuterebbe un affidamento del servizio di raccolta rifiuti ad altra
azienda multiutility di grande dimensione?**

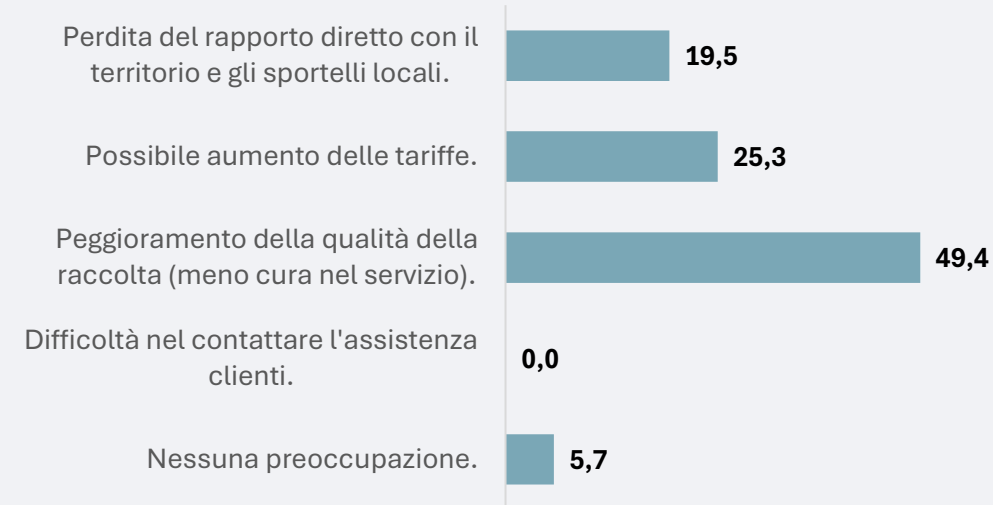


OPINIONE – SENTIMENT SU POSSIBILE SINERGIA AZIENDALE

Se favorevole, (29,6%) secondo lei, quali potrebbero essere i principali vantaggi di una gestione su scala più ampia?



Se contrario, (15,2%) quali sono le sue principali preoccupazioni in merito a una possibile fusione con un gestore più grande?



OPINIONE – SENTIMENT SU POSSIBILE SINERGIA AZIENDALE

Considerazioni

- Il quadro complessivo che emerge dalle valutazioni evidenzia un orientamento prudente nei confronti dell'ipotesi di affidare il servizio di raccolta rifiuti ad una multiutility di grandi dimensioni. La maggioranza relativa degli utenti (**55,2%**) esprime infatti una **posizione neutrale**, segnalando una diffusa cautela o una mancanza di una percezione chiara dei possibili effetti di un cambiamento di gestione. Le **posizioni favorevoli** raggiungono complessivamente il **29,6%** (23,5% favorevole e 6,1% molto favorevole), mentre quelle **contrarie** si attestano al **15,2%** (11,1% contrario e 4,1% molto contrario), delineando quindi un quadro non polarizzato in cui le opinioni positive risultano comunque più diffuse rispetto a quelle negative.
- Analizzando più nel dettaglio le motivazioni alla base delle diverse posizioni, tra coloro che vedono positivamente una gestione su scala più ampia emergono soprattutto aspettative legate a possibili miglioramenti organizzativi ed infrastrutturali. In particolare, il **33,5%** individua come principale vantaggio una **migliore gestione dei centri di raccolta e degli impianti**, mentre il **25,7%** segnala la possibilità di una **maggiore innovazione tecnologica** (ad esempio nuovi mezzi o strumenti digitali più evoluti) e un ulteriore **25,7%** intravede una **riduzione dei costi in bolletta** grazie alle economie di scala. Più limitata risulta la quota di chi associa una gestione più ampia ad una maggiore solidità e continuità del servizio (12,3%), mentre solo il 2,8% ritiene che non vi sarebbero vantaggi significativi.
- Sul versante opposto, le principali preoccupazioni espresse da chi si dichiara contrario riguardano soprattutto il possibile **peggioramento della qualità del servizio**, indicato dal **49,4%** degli utenti, segno del timore che una gestione più ampia possa comportare una minore attenzione operativa al territorio. Seguono il **possibile aumento delle tariffe (25,3%)** e la **perdita del rapporto diretto con il territorio e con gli sportelli locali (19,5%)**. Una quota residuale (5,7%) dichiara di non avere preoccupazioni specifiche.
- Nel complesso, le opinioni espresse evidenziano come il tema sia interpretato principalmente in termini di **equilibrio tra efficienza e prossimità territoriale**: da un lato una parte dell'utenza riconosce i potenziali benefici derivanti da economie di scala, innovazione e migliore gestione delle infrastrutture; un'altra parte invece evidenzia una forte attenzione alla qualità del servizio e al legame diretto con il territorio, elementi percepiti come possibili criticità in caso di gestione da parte di operatori di dimensioni più ampie.

INCROCIO DATI

Dati comparati del grado di soddisfazione per tipologia d'utenza

Fattore	Utenza domestica		Utenza commerciale		Differenza
	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	Soddisfazione	Alta Soddisfazione	
RACCOLTA PORTA A PORTA	97,6	55,8	100	44,4	Tra utenza domestica e utenza commerciale 11,4
CASSONETTI STRADALI	96,0	40,8	89,3	35,7	5,1
ISOLE SEMINTERRATE	96,2	69,2	50	50	19,2
RITIRO INGOMBRANTI	95,7	65,2	95,7	65,2	0
SITO WEB	100	61	92,7	50	11
NUMERO VERDE	99,3	66,3	100	75,9	-9,6
COMUNICAZIONE	98,6	68,1	100	76,9	-8,8
GIUDIZIO GLOBALE	98,1	54,2	97,5	42,5	11,7
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	83,7	28,4	82,4	35,3	-6,9

Giudizio Globale: Le valutazioni espresse dall'**utenza domestica** risultano sensibilmente più positive rispetto a quelle del **settore commerciale**, con una quota di alta soddisfazione (voti tra 8 e 10) pari al **54,2%** contro il **35,3%**.

Tuttavia, emerge un paradosso interessante: sebbene complessivamente più soddisfatta del servizio, l'utenza domestica mostra una maggiore criticità nel **rapporto qualità/prezzo** (28,4%) rispetto a quella commerciale (35,3%), che su questo specifico indicatore esprime un giudizio più favorevole.

COMMENTI DELL'UTENZA

1. Criticità Generali

Dalle segnalazioni emerge un diffuso malcontento legato sia ad aspetti operativi sia alla percezione del rapporto costo/qualità del servizio.

1.1 Stato e gestione dei cassonetti

Cassonetti rotti: segnalati tempi di sostituzione molto lunghi (anche diversi mesi).

Cassonetti del verde: ritiri effettuati con forte ritardo, con conseguenti:
cattivi odori
fermentazione del materiale
presenza di animali

Cassonetti con serrature danneggiate: frequenti segnalazioni di:
serrature spaccate
contenitori intasati da rifiuti impropri

1.2 Comunicazione e informazione

Una parte significativa degli utenti dichiara di non aver ricevuto l'opuscolo informativo.
Molti utenti anziani segnalano difficoltà nello scaricare materiali dal sito internet.
Difficoltà nel reperire online il calendario dei ritiri.

1.3 Conferimenti impropri

Presenza di soggetti provenienti da altri Comuni che depositano rifiuti sul territorio.
In alcuni casi i cittadini hanno fotografato i responsabili e trasmesso segnalazioni al Comune e alla Forestale.
Percezione di scarsi controlli e mancanza di deterrenza.

COMMENTI DELL'UTENZA

1.4 Eco Centro

Tempi di attesa molto lunghi.

Eccessiva burocrazia per il conferimento.

In alcuni casi viene richiesta documentazione aggiuntiva (es. copia pagamento TARI), ritenuta eccessiva dagli utenti.

1.5 Rapporto costo/qualità

La maggior parte degli intervistati considera le fatture troppo elevate rispetto al servizio ricevuto.

Malcontento da parte dei proprietari di immobili vuoti che pagano comunque la tariffa piena.

Richiesta diffusa di una tariffazione più equa e proporzionata.

2. Criticità per Comune

SUSA

Il sistema **porta a porta** è percepito come più scomodo rispetto alle precedenti isole ecologiche, che permettevano conferimenti quotidiani.

Opuscoli del vetro ritenuti poco chiari.

Slittamenti nei ritiri (es. da mattina a pomeriggio) hanno generato tensioni tra vicini.

Calendario difficile da trovare online e non ancora ricevuto in formato cartaceo.

CASELETTE

Richiesta di aumento dei cassonetti per il verde.

Necessità di una soluzione strutturata per il conferimento degli oli esausti.

COMMENTI DELL'UTENZA

VAIE

Richiesta di ritiro a domicilio degli oli esausti.

Necessità di maggiore fornitura di sacchetti.

Proposta di introdurre un sistema di tariffazione puntuale basato sul peso dei rifiuti, come nei Comuni limitrofi.

Richiesta di sanificazione periodica (una tantum) dei cassonetti porta a porta a cura del Comune.

Eccessiva attesa per il ritiro del verde nel periodo estivo.

ALMESE

Richiesta di aumentare la frequenza dei passaggi per il ritiro della plastica.

SANT'AMBROGIO DI TORINO

Lamentele relative al ritiro del vetro e dell'organico.

Percezione di bolletta troppo elevata rispetto al servizio offerto

CONDOVE

Richiesta di differenziazione della tariffa in base alla qualità della raccolta differenziata effettuata.

Cassonetti troppo distanti dalle abitazioni.

Contentori frequentemente pieni e non svuotati con regolarità.

Ritiro del verde:

Segnalati tempi fino a un mese.

Problemi di fermentazione e cattivi odori nel periodo di attesa.

COMMENTI DELL'UTENZA

3. Tematiche Ricorrenti

Dall'analisi complessiva emergono alcune macro-aree critiche:

- Tempistiche di ritiro (in particolare verde e plastica).
- Stato e manutenzione dei contenitori.
- Comunicazione da migliorare verso fasce anziane.
- Percezione di scarsa equità tariffaria.
- Richiesta di sistemi di tariffazione puntuale.
- Problemi di controllo sui conferimenti abusivi.
- Miglioramento dell'accessibilità e semplificazione dell'Eco Centro.

4. Conclusioni

Il quadro generale evidenzia una percezione diffusa di disallineamento tra costo sostenuto e qualità percepita del servizio. Le criticità più impattanti riguardano:

- Ritardi nei ritiri
- Gestione del verde
- Comunicazione carente
- Tariffazione ritenuta non equa

Si suggerisce una valutazione prioritaria degli interventi su:

- frequenze di ritiro stagionali,
- manutenzione e sostituzione cassonetti,
- rafforzamento della comunicazione cartacea per utenti anziani,
- valutazione di modelli di tariffazione puntuale.



strateg!ca
“Dritto all’ Obiettivo”.

Strategica SRLS

Amministratore unico - David Buccini

Sede Legale

Via Borgo Forno, 31 (66010)
Miglianico (CH)

CF/P.IVA: 02739110696

www.strategicaweb.com

Area Commerciale

Massimiliano Scioli

Area Tecnica

Simone Mazzaferro
Vittorio Scorrano

Team Leader

Eugenio Di Cesare