

**2006** · 4<sup>a</sup> Indagine sulla percezione della qualità  
dei servizi idrici erogati nell'ATO6 alessandrino



*Il presente documento è frutto di un'esperienza maturata negli anni dagli Uffici dell'ATO6 "Alessandrino", nel quotidiano svolgimento dei propri compiti e, nello specifico, nella realizzazione di Indagini sulla Soddisfazione degli Utenti del Servizio Idrico.*

*I prodotti di queste esperienze sono andati affinandosi nel tempo, nel tentativo di ricercare un costante miglioramento.*

*La nostra 4° Customer Satisfaction nasce dall'evoluzione di quelle che l'hanno preceduta. Essa ne mantiene, infatti, le caratteristiche fondamentali - nella struttura, nella metodologia, nei sistemi di analisi, nei contenuti principali - rendendo pertanto possibile una continuità di confronto ed interpretazione.*

*E' però anche un'attività che cerca di far emergere in modo particolare le problematiche tutt'ora esistenti di un servizio fondamentale quale quello dell'acqua, come l'ostinato e consistente consumo di acqua minerale in bottiglia per bere, ovvero le difficoltà di individuazione del proprio Gestore di riferimento, e di completa accessibilità delle bollette del SII.*

*L'individuazione e l'approfondimento di tali criticità - percepite dai fruitori dei Servizi Idrici nell'ATO6 circa lo stato attuale della qualità della risorsa e dei servizi erogati - consentono, attraverso l'analisi, di comprendere più a fondo la realtà esistente e di dare soluzioni.*

*Le informazioni raccolte nel passato ed il lavoro futuro hanno permesso e permetteranno di attuare concrete azioni perché il servizio idrico sia sempre più efficiente e condiviso da coloro che ne usufruiscono quotidianamente.*

*Un'ulteriore novità introdotta nel lavoro di indagine sui Servizi Idrici 2006 è rappresentata dalla presenza delle opinioni dei bambini, raccolte, tramite la compilazione di un questionario, in occasione del progetto "Storia infinita di BluBlu", rivolto alle Scuole Elementari dei Comuni dell'ATO6 nell'anno scolastico 2005/2006.*

*In calce alla presente relazione vi è quindi un capitolo dedicato proprio ai bambini che, con spiccata sensibilità e spirito d'osservazione, si sono avvicinati ad un argomento fondamentale ma complesso quale quello dell'acqua.*

*I loro pensieri, opinioni e suggerimenti sono stati esaminati e paragonati a quelli degli adulti: i risultati evidenziano una generale uniformità nell'approccio con l'acqua. La percezione nei confronti della risorsa elimina le differenze generazionali, confermando ancora una volta il suo ruolo fondamentale e la sua centralità nella vita di ognuno di noi.*

Il Direttore dell'ATO 6  
**Dott. Renzo Tamburelli**

Il Presidente dell'ATO 6  
**On. Renzo Penna**



## L'Autorità d'Ambito

### COS'È L'AUTORITÀ D'AMBITO

L'*Autorità d'Ambito* è l'Ente che governa e controlla il *Servizio Idrico Integrato (SII)*, cioè l'insieme dei servizi di acquedotto (captazione, adduzione e distribuzione dell'acqua ad usi civili), fognatura e depurazione delle acque reflue.

Il suo compito principale è quello di garantire gli Utenti circa il prezzo di fornitura, la qualità, i livelli del servizio ed il rispetto degli obblighi da parte dei Gestori del SII, che devono operare secondo criteri di efficienza, efficacia ed economicità.

L'Autorità d'Ambito nasce dall'applicazione della Legge n.36/1994 (L. Galli) che ha riorganizzato i Servizi Idrici sulla base di Ambiti Territoriali Ottimali (ATO) e della Legge Regionale n. 13/1997, con cui la Regione Piemonte ha definito le norme che li regolano, all'interno del suo territorio di competenza.

Il Piemonte è stato così articolato in sei ATO:

ATO1 – Verbano, Cusio, Ossola, Pianura Novarese;

ATO2 – Biellese, Vercellese, Casalese;

ATO3 – Torinese;

ATO4 – Cuneese;

ATO5 – Astigiano, Monferrato;

ATO6 – Alessandrino.

La nuova organizzazione prevede una netta distinzione tra il livello di governo, l'Ambito, costituito dagli Enti Locali associati nell'"Autorità d'Ambito", ed il Gestore.

Gli obiettivi fondamentali perseguiti sono:

- Gestione all'interno dell'Ambito dei Servizi Idrici Integrati sulla base di criteri di efficienza, efficacia e di economicità, e con il vincolo delle reciprocità d'impegni;
- Livelli e standard di qualità e di consumo omogenei ed adeguati nell'organizzazione ed erogazione dei Servizi Idrici;
- Protezione e tutela delle risorse idriche, nonché la loro utilizzazione ottimale e compatibile, in un'ottica di rinnovabilità della risorsa;
- Salvaguardia e riqualificazione degli acquiferi secondo gli standard e gli obiettivi stabiliti dalla Programmazione Regionale di Bacino;

- Unitarietà del regime tariffario nell'ATO, definito in funzione della qualità della risorsa e del servizio fornito;
- Tutela di situazioni di disagio da attuare attraverso meccanismi di compensazione tariffaria;
- Definizione e attuazione di un programma di investimenti per l'estensione, la razionalizzazione e la qualificazione dei servizi, privilegiando le azioni finalizzate al risparmio idrico e al riutilizzo delle acque reflue, nonché al contenimento delle perdite in rete;
- Valorizzazione del patrimonio gestionale pubblico esistente sul territorio d'Ambito, mediante forme di organizzazione, finalizzate allo sviluppo di strategie sinergiche e/o integrazioni tra diversi soggetti.

## L'ATO6 Alessandrino

### INQUADRAMENTO GENERALE

L'ATO6 è costituito da 147 Comuni, di cui 133 appartenenti alla Provincia di Alessandria e 14 della Provincia di Asti.

La **popolazione residente** è di circa 325.000 abitanti, mentre quella "teorica" (comprensiva della fluttuante) si attesta intorno ai 346.000 abitanti.

Il 55% della popolazione dell'Ambito si concentra nelle cinque maggiori città (Alessandria, Tortona, Acqui Terme, Novi Ligure e Ovada).

Numericamente sono in netta prevalenza i Comuni inferiori ai 5.000 abitanti.

Le utenze complessive sono 169.709, di cui 160.002 civili.

### DATI INFRASTRUTTURALI

#### *Sistema di equipaggiamento - acquedotto*

Adduzioni principali	2.920 Km
Reti di distribuzione	2.560 Km
Serbatoi	140.000 m <sup>3</sup>
Captazioni	521
Potabilizzatori	67

#### *Dotazione delle reti - acquedotto*

Km di rete	5.480
m di rete per abitante	16,8

#### *Captazioni acquedottistiche:*

numero	521
capacità dei serbatoi	140.000 m <sup>3</sup>
volume idrico captato	35 Mm <sup>3</sup> /anno
volume idrico fatturato	27.5 Mm <sup>3</sup> /anno
dotazione idrica netta per usi civili	220 litri/ab/giorno

*Sistema di equipaggiamento - fognatura*

Collettori fognari principali

320 Km

Reti fognarie

1.230 Km

*Dotazione delle reti - fognatura*

Km di rete

1.550

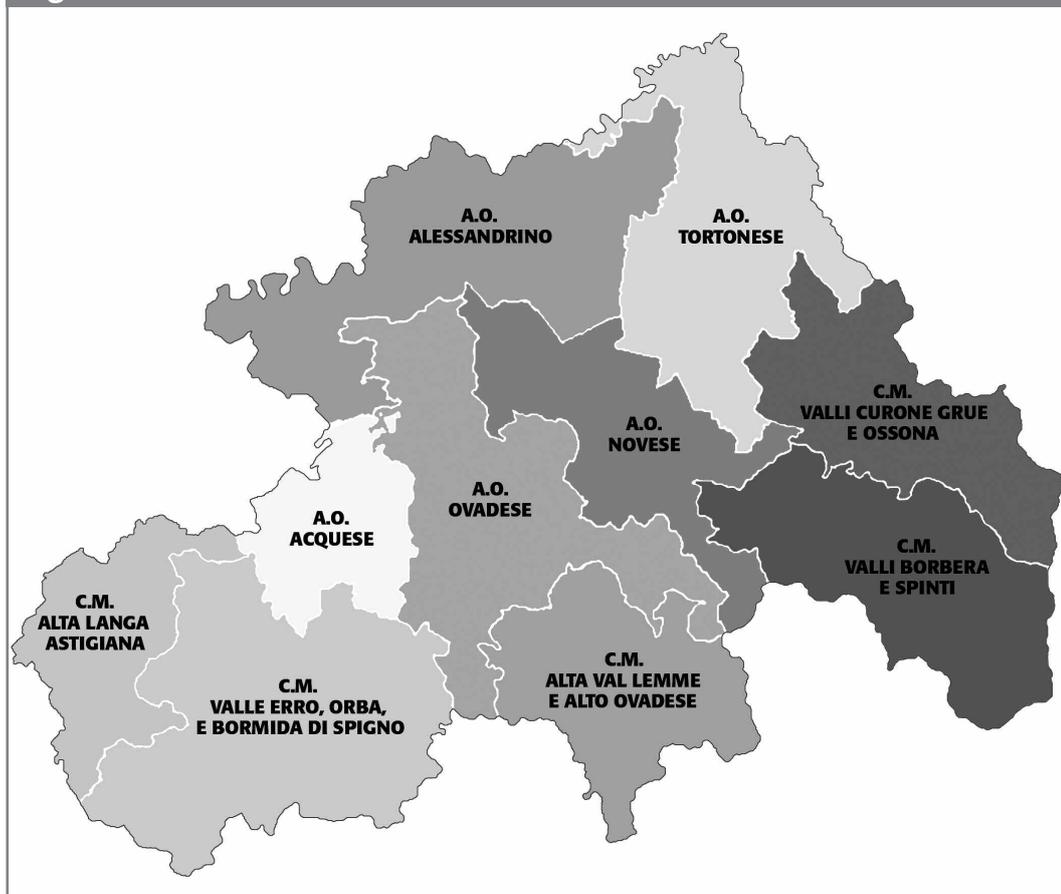
m di rete per abitante

4,8

*Sistema di equipaggiamento - depurazione*

Depuratori

**Fig. 1 - L'ATO6 AREE OMOGENEE E COMUNITA' MONTANE**



## Strumenti e metodologie per la realizzazione della ricerca

### PERCHÈ LA CUSTOMER SATISFACTION SUL SERVIZIO IDRICO?

L'indagine di Customer Satisfaction, ossia la misurazione della soddisfazione dei Clienti/Utenti è un'attività diventata, negli ultimi anni, fondamentale e strategica nel settore pubblico come in quello privato. Ciò che distingue l'utilizzo di questo strumento nei due diversi settori è la finalità.

La motivazione principale che spinge le **organizzazioni che operano in regime di concorrenza e di mercato** ad indagare il punto di vista del consumatore è la *competitività*, e con essa un Cliente soddisfatto, fidelizzato nel tempo; la crescente soddisfazione è un investimento che permette di mantenere ed accrescere la propria clientela, anche come risposta all'evoluzione del mercato, all'incremento della pressione concorrenziale e all'aumento della complessità dei prodotti. Per garantire il successo di un'impresa diventa pertanto necessario essere orientati alle mutevoli esigenze del consumatore, verificandole sistematicamente.

Nella **Pubblica Amministrazione**, invece, i punti cardine dell'attività di Customer Satisfaction sono l'ascolto, la comprensione dei bisogni espressi dal cittadino, l'attenzione costante al suo giudizio, lo sviluppo della capacità di dialogo e relazione tra l'erogatore del servizio e il fruitore dello stesso.

Questa nuova tendenza culturale ha origine nei cambiamenti sociali che hanno visto crescere la consapevolezza del cittadino dei propri diritti nei confronti della Pubblica Amministrazione e, quindi, delle sue esigenze. Si attribuisce in tal modo al Cittadino-Cliente un nuovo potere di giudizio e di controllo, potendo lui stesso verificare che quanto erogato risponda alle proprie aspettative. Da ciò deriva, nel caso di mancato raggiungimento degli standard prefissati, il diritto al risarcimento, esplicitato nella *Carta dei Servizi*, sorta di contratto fra i Gestori del Servizio Pubblico e l'Utenza.

Infine, l'introduzione della concorrenza in alcuni ambiti di servizi, in passato caratterizzati da regimi di monopolio, ha influenzato profondamente il settore pubblico, spingendolo ad utilizzare strumenti tipici del mercato, come l'attenzione al soddisfacimento del Cliente e alla qualità offerta.

La Customer Satisfaction diventa uno strumento a disposizione dell'Ente Pubblico per superare la propria autoreferenzialità, portandolo a cercare una relazione con l'esterno, con i propri Utenti ed i loro bisogni. Strategicamente, l'ascolto del cittadino svolge la fondamentale funzione di indirizzare le politiche pubbliche o riprogettarle, modellandole secondo i bisogni espressi dai diretti fruitori. Al fine di non perdere il contatto con la realtà in cui si trova ad operare, è necessario che l'Ente Pubblico pianifichi nel tempo, e quindi svolga periodicamente, indagini sulla soddisfazione dell'Utente e sulla qualità dei servizi erogati.

Proprio per questi motivi, l'ATO6 ha organizzato la sua 4° Customer Satisfaction: negli anni questo strumento ha permesso di delineare un quadro sempre più chiaro della percezione dello stato della risorsa acqua e del Servizio Idrico erogato sul territorio, mettendo inoltre in evidenza gli utilizzi e le abitudini degli Utenti. La standardizzazione della metodologia applicata ha consentito di paragonare le informazioni raccolte nel tempo, rendendole fruibili e facendo di esse un punto di partenza per sviluppare politiche coerenti e rispettose delle aspettative espresse.

## QUESTIONARIO

Partendo dallo schema di domande già utilizzato nelle precedenti indagini, si è predisposto un questionario aggiornato, idoneo alla valutazione di tutte le principali problematiche attinenti l'erogazione del SII nell'ATO6 nella sua globalità: qualità dell'acqua distribuita e suoi utilizzi - potabili e non - caratteristiche dei rapporti con il Gestore, bollettazione e tariffa, politiche di risparmio idrico, percezione dell'importanza del Servizio, valutazione complessiva del SII, caratteristiche personali dell'intervistato, disponibilità ad un nuovo contatto.

Il questionario ottenuto è frutto della ricerca di un equilibrio tra due tendenze in contrasto: da un lato, la considerazione dell'universalità dei fattori che potrebbero assumere un ruolo di rilievo per un'approfondita conoscenza del sistema indagato e, dall'altro, la reale attuabilità della ricerca. Per ottenere un buon tasso di collaborazione e di risposta, infatti, non è possibile superare determinati limiti di impegno e di tempo per l'intervistato. In caso contrario, se si considerasse una troppo ampia gamma di parametri, il livello qualitativo delle risposte risulterebbe meno preciso; ogni domanda e ogni grado di difficoltà in più avrebbero un costo in termini di percentuali di risposta e, quindi, di rappresentatività del campione.

Così come avvenuto in passato, accanto a quesiti specifici sul Servizio, sono state inserite domande *test* riguardanti future iniziative dell'Autorità d'Ambito e/o dei Gestori, al fine di valutarne preventivamente l'eventuale interesse da parte degli Utenti. Nella precedente indagine le domande *test* hanno riguardato in particolare l'eventuale stipula di un'assicurazione a copertura di perdite all'impianto e la disponibilità ad un piccolo contributo di solidarietà nei confronti di Paesi del Terzo Mondo. Tale metodologia di lavoro si è dimostrata utile ed efficace, in quanto ha permesso di rilevare in modo sufficientemente definito, a monte dell'avvio di determinate iniziative, il grado di apprezzamento delle medesime da parte degli Utenti.

A titolo di esempio, si riporta il caso dell'**assicurazione contro le perdite occulte degli impianti individuali**, un servizio aggiuntivo che inizialmente poteva sembrare qualificante. Al proposito, però, gli Utenti hanno manifestato una diffusa diffidenza, ritenendo la proposta un'opzione poco interessante e desiderabile, che pertanto non è stata attivata.

Al contrario, l'**iniziativa di solidarietà** ha ottenuto ampio consenso: anche in considerazione del gradimento suscitato dalla proposta, è stato attivato un Fondo di Solidarietà da destinarsi ad attività senza scopo di lucro per la realizzazione di interventi nel settore delle infrastrutture idriche in Paesi del Terzo Mondo. Le risorse finanziarie messe a disposizione per tali iniziative di solidarietà sono rappresentate dallo 0.5% degli introiti tariffari del Gestore e da eventuali ulteriori contributi provenienti dall'ATO6 stessa, dagli Enti Locali dell'ATO, e da altri soggetti pubblici e/o privati. Nel corso del 2004 il Comitato di Garanzia, che regola il Fondo di Solidarietà, ha analizzato diverse proposte di intervento e successivamente ammesso a finanziamento tre interventi: in Senegal, in Bolivia e in Eritrea. Negli anni successivi, il progetto è stato sviluppato ulteriormente, coinvolgendo numerosi altri Paesi, come per esempio Cambogia, Uganda, Palestina, Etiopia, Turchia.

Nella presente indagine 2006, come nella precedente, si è provveduto a verificare l'interesse degli Utenti verso forme sperimentali di **distribuzione di acqua potabile dechlorizzata e refrigerata**, erogata gratuitamente da fontanelle situate nelle principali piazze dei Comuni dell'ATO6, anche in funzione di possibili graduali modificazioni delle abitudini alimentari dei Consumatori/Utenti nei confronti dell'acqua in bottiglia.

Un altro aspetto, già valutato nel 2004 e ripreso quest'anno, è la verifica dell'interesse circa l'**invio contestuale alle bollette di ulteriori informazioni** riguardanti le analisi dell'acqua e la qualità del servizio.

Nel questionario le domande hanno mantenuto, dove possibile, la medesima formulazione degli anni passati; ciò ha permesso di confrontare direttamente le percentuali di risposta in sede di analisi. Nel caso contrario, laddove le percentuali non potessero essere comparate in modo diretto, si è costruito un *trend* di valutazione delle risposte.

Sono state inoltre utilizzate *domande filtro*, dalla cui risposta dipendono uno o più quesiti successivi, legati logicamente ad essa. In tal modo è stato conseguito il risultato di rendere rilevanti all'intervistato unicamente le questioni su cui lo stesso ha manifestato interesse.

Nella realizzazione dell'indagine si sono mantenuti i medesimi accorgimenti adottati nelle passate edizioni. Si sono formulate frasi brevi, con termini diretti, non ambigui, precisi, di facile comprensione, variando inoltre la lunghezza e la forma delle domande per tenere vivo l'interesse degli intervistati.

Le domande più semplici sono state poste all'inizio del colloquio, mentre quelle potenzialmente più delicate o imbarazzanti, come quelle personali, al termine del questionario; si è cercato di mettere a proprio agio il campione e di evitare risposte negative od un rifiuto a proseguire.

In seguito all'esperienza maturata gli anni scorsi, nella presente indagine si è deciso di formulare solo *domande chiuse*, cioè domande a scelta vincolata, che guidassero l'intervistato attraverso un percorso predefinito. Nel 2003 era stata inserita una domanda aperta, in modo da consentire all'Utente intervistato di esprimere liberamente suggerimenti e considerazioni. L'autonomia data al campione di esprimere un giudizio libero e senza alcun condizionamento non ha però reso il risultato sperato: la maggior parte degli intervistati si è, infatti, trovata in difficoltà nel rispondere, dichiarando di non essere in grado di dare un giudizio o di non essere preparata e competente sull'argomento. La domanda aperta ha così prodotto in molti casi informazioni irrilevanti e confuse, ha richiesto tempi di compilazione del questionario eccessivamente lunghi, comportando inoltre rallentamenti anche in fase di codifica e di analisi.

Come nel 2004, è stato chiesto all'intervistato di esprimere un voto da 1 a 10, allo scopo di ottenere una valutazione sullo stato dei Servizi di Acquedotto, Fognatura e Depurazione, comprensiva di un giudizio sull'operato del Gestore e sulla qualità dell'acqua erogata. In base ai giudizi espressi è stato in seguito costruito un diagramma, indicativo dell'apprezzamento del sistema nel suo complesso. Tale metodologia di analisi consente di ottenere una scala di giudizio numerica confrontabile nel tempo, che dà una visione di insieme della soddisfazione degli Utenti circa il SII nella sua globalità.

## PERCHÈ IL TELEFONO?

Nella fase iniziale di predisposizione della presente Customer Satisfaction, si è presa in considerazione l'opportunità di modificare le modalità di svolgimento dell'indagine medesima.

In particolare, si è valutata la possibilità di proporre un questionario autosomministrato, cioè non guidato da un intervistatore, ma compilato autonomamente dall'intervistato, da inviare a domicilio con la fattura e/o da svolgere direttamente sul Sito Internet dell'Autorità d'Ambito ([www.ato6alessandrino.it](http://www.ato6alessandrino.it)).

Tale tipologia di indagine provoca, però, un'autoselezione degli intervistati: chi risponde, infatti, può avere caratteristiche elitarie, possono essere per esempio persone più estroverse, più colte, con più tempo a disposizione, ovvero più interessate all'argomento. Il tipo di Utente indagato potrebbe quindi non essere rappresentativo del campione generalistico dell'utenza media. Inoltre, con tale metodologia di indagine non è possibile a priori avere la garanzia di un numero sufficiente di questionari debitamente compilati per effettuare un'indagine statistica. In più, rispetto all'autocompilazione, i vantaggi legati all'intervista personale sono rappresentati dalla presenza dell'intervistatore, che stimola la collaborazione, consente facilmente di superare eventuali blocchi e/o incomprensioni. Inoltre, il dialogo che si viene ad instaurare influisce positivamente anche sul risultato dell'indagine, in termini di chiara ed esauriente compilazione del questionario.

Un eventuale cambiamento della metodologia di indagine avrebbe presentato anche il problema del confronto tra i risultati già analizzati: le domande, pur essendo uguali, avrebbero potuto subire condizionamenti dal sistema di somministrazione e produrre pertanto risultati differenti.

Per tutti questi motivi, dopo un'attenta valutazione, si è scelto di non utilizzare le suddette tipologie di analisi, e quindi, di mantenere le metodologie di realizzazione della ricerca già sperimentate.

Il telefono è stato pertanto nuovamente identificato come mezzo di comunicazione per contattare gli Utenti, per le sue intrinseche caratteristiche di non invadenza, rapidità e basso costo. In più il suo utilizzo permette di raggiungere facilmente un campione disperso in un'ampia area di territorio.

Le telefonate sono state svolte direttamente dagli Uffici dell'Autorità d'Ambito; l'esperienza accumulata negli anni ha permesso di affinare lo strumento di indagine, rendendolo più consono alla necessità di indagare direttamente, sul campo, le problematiche legate al SII.

Sempre sulla base delle precedenti esperienze, si è andata consolidando la professionalità degli intervistatori che hanno avuto come obiettivo quello di instaurare un rapporto gradevole con l'intervistato, favorendo un approccio caratterizzato da educazione e cortesia. Si sono inoltre evitati atteggiamenti valutativi nelle fasi di formulazione delle domande e di ascolto delle risposte, per non orientare l'intervistato verso determinate posizioni o frenare la comunicazione. Le domande sono state lette come formulate nel questionario, rigorosamente nell'ordine previsto.

### IL CAMPIONAMENTO

L'ATO6 "Alessandrino", come già detto, è costituito da 147 Comuni, con una popolazione di circa 325.000 abitanti. Il territorio esaminato presenta al suo interno caratteristiche alquanto disomogenee, determinate dalla fisiografia propria della zona. Tale configurazione va ad influenzare l'organizzazione e le strutture di gestione del SII: il 55% dell'Utenza è concentrato nei 5 centri abitati maggiori, mentre il 10% in piccoli nuclei e case sparse. Per tenere conto delle differenti realtà, e della rilevante eterogeneità dell'universo da indagare, il campione deve essere sufficientemente ampio, al fine di assicurare la sua rappresentatività e cautelarsi dai maggiori rischi di distorsione. Infatti, se il campione è formato da pochi elementi, sono piuttosto elevati i rischi che questi risultino scarsamente rappresentativi. Operativamente, la scelta dell'ampiezza del campione scaturisce dal compromesso tra le esigenze di precisione e di sicurezza dei risultati e dalla necessità di contenere i costi e i tempi di svolgimento dell'indagine.

Si è deciso di selezionare lo 0.6% della popolazione di ciascun Comune, corrispondente circa a 2.000 unità. Per i Comuni nei quali risultava un campione inferiore alle 4 unità, è stata stabilita comunque una soglia minima di 4 contatti.

La scelta è ricaduta, come in passato, sull'utilizzo della guida telefonica. Tale decisione comporta in sé alcune distorsioni, quali escludere una quota della popolazione (per esempio soggetti che non hanno telefono o quelli il cui numero non compare) o aumentare la possibilità di un'altra parte di essere contattata (soggetti che compaiono più volte nella guida attraverso nominativi differenti).

Le unità di analisi nella guida telefonica sono poste in ordine alfabetico, ma tale ordine non presuppone altre discriminanti. Pertanto è possibile adottare un campionamento sistematico senza incappare in distorsioni sul modello.

Il primo elemento del campione è stato scelto con una procedura casuale tra gli ultimi numeri utili dell'elenco di ciascun Comune, mentre per gli elementi successivi si è utilizzata una frequenza matematica predeterminata.

## Svolgimento dell'indagine

### IL PERIODO

L'indagine 2006 è stata realizzata nel medesimo periodo temporale delle precedenti, cioè da settembre a novembre. Tale scelta, oltre che al breve lasso di tempo impiegato per la ricerca, ha consentito di ottenere opinioni espresse nelle stesse presumibili condizioni di erogazione del Servizio. Ciò ha inoltre permesso di raccogliere, nelle diverse Customer Satisfaction, dati omogenei e di usufruire di informazioni tra loro quanto più possibile comparabili.

### LE TELEFONATE

Come nel caso delle precedenti indagini, il questionario è stato presentato agli Utenti contattati con una frase di rito, definita ed uguale per tutti, con cui è stato spiegato il ruolo dell'Autorità d'Ambito e gli scopi della telefonata. Il campione è stato inoltre rassicurato sul mantenimento dell'anonimato ed invitato a rispondere semplicemente in base alle proprie abitudini, esperienze, percezioni.

Tali spiegazioni e precauzioni hanno avuto lo scopo di dissipare i timori e le indecisioni che un contatto telefonico di questo tipo può suscitare, cercando di ridurre al minimo i sospetti di secondi fini da parte degli intervistatori, e quindi gli esiti negativi dell'intervista.

La durata media di ogni contatto è stata di circa 5 minuti; contestualmente è stata compilata, in tempo reale, una scheda cartacea con i dati raccolti.

Tutte le schede sono state inserite in un foglio di calcolo Excel appositamente predisposto. Prima dell'elaborazione dei risultati le schede sono state controllate a campione, riscontrando una percentuale di errore inferiore all'1%, quindi perfettamente in linea con le precedenti indagini. Il materiale cartaceo è stato fascicolato per Comune e conservato in archivio.

Il foglio di calcolo Excel è stato organizzato come una matrice dati, nella quale ogni riga corrisponde ad un questionario compilato. Le informazioni sono state rielaborate, con metodologie appropriate al tipo di domanda. Di volta in volta sono state calcolate percentuali e medie, allo scopo di analizzare gli elementi raccolti, fornendo l'ordine di grandezza dei fenomeni indagati e cercando di interpretarli e spiegarli.



600

500

500

450

400

350

## Caratteristiche socio-economiche del campione intervistato

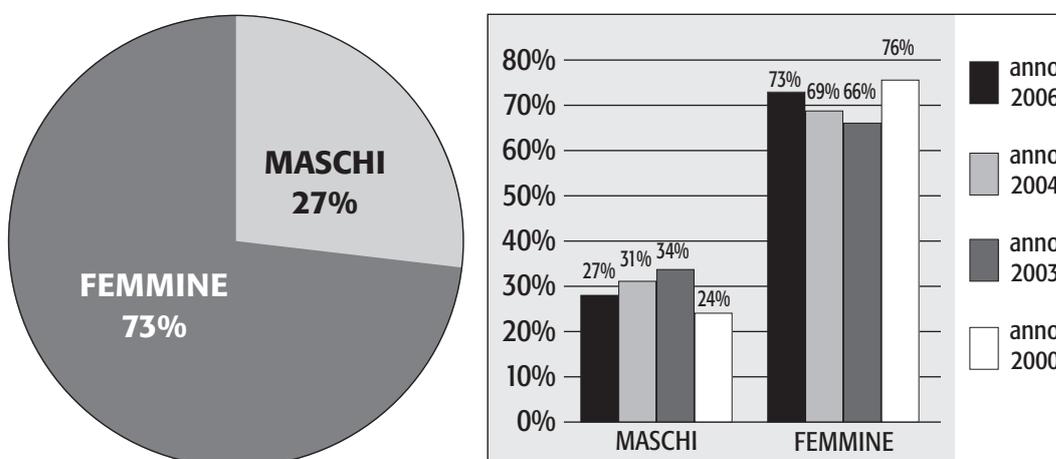
### SESSO E OCCUPAZIONE DEL CAMPIONE INTERVISTATO

Il campione contattato nel 2006 mantiene sostanzialmente le medesime caratteristiche delle edizioni precedenti, anche in considerazione del fatto che le telefonate sono state realizzate nelle stesse condizioni, sia per quanto riguarda il periodo dell'anno che per la fascia oraria. In linea di massima, nell'orario di ufficio in cui si sono effettuate le telefonate agli Utenti, è sicuramente più facile trovare in casa pensionati e casalinghe che, peraltro, per la maggiore disponibilità di tempo, si dimostrano più propensi a rispondere al questionario.

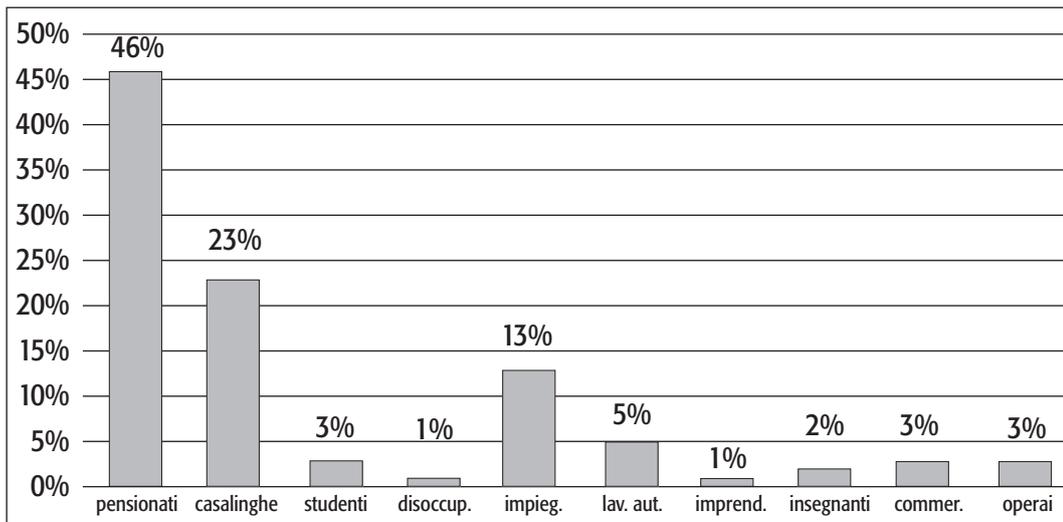
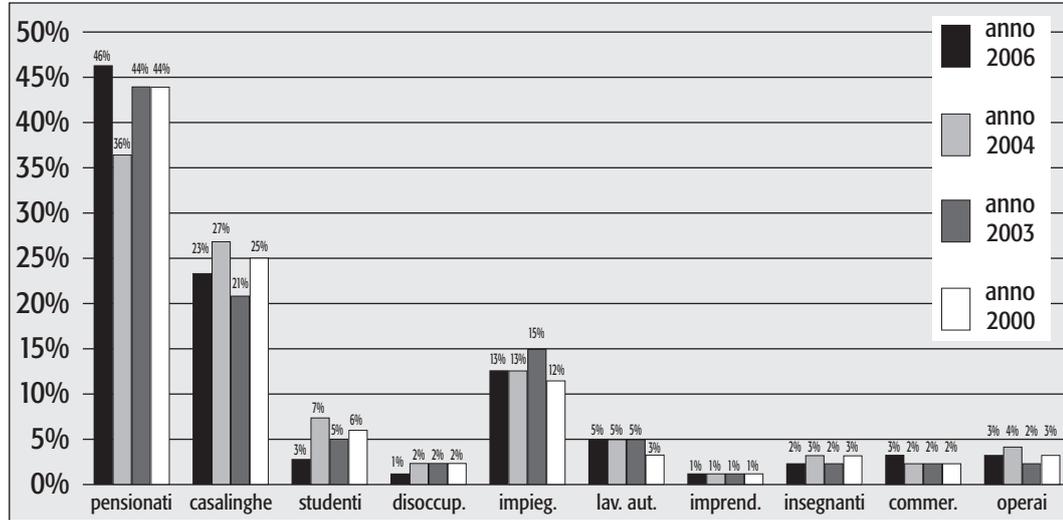
Le categorie in questione sono anche quelle probabilmente più attente all'argomento acqua: le casalinghe, perché fanno largo uso della risorsa nelle loro azioni quotidiane, i pensionati, perché hanno la possibilità di prestare maggiore attenzione anche alle problematiche di spesa legate alla fruizione del servizio.

Le classi del campione maggiormente indagate sono anche quelle probabilmente meno forti economicamente, ed il fatto che considerino la spesa annua per l'acqua poco rilevante sul proprio budget, e che questa offra il miglior rapporto qualità-prezzo rispetto agli altri servizi fondamentali, rende i risultati ottenuti con questa indagine particolarmente significativi.

**Graf. 1,2 - SESSO DEL CAMPIONE INTERVISTATO E COMPARAZIONE ANNI PRECEDENTI**



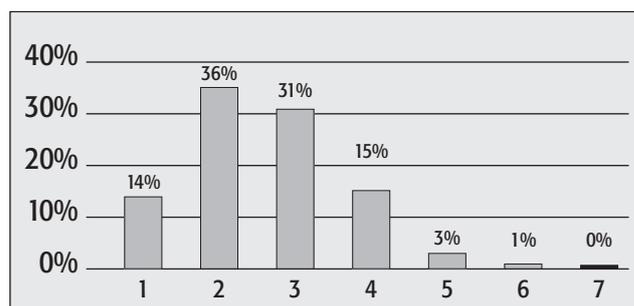
**Graf. 3,4 - OCCUPAZIONE DEL CAMPIONE INTERVISTATO E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



## NUMERO COMPONENTI DEL NUCLEO FAMILIARE

La domanda sulla composizione numerica del nucleo familiare degli Utenti contattati ha permesso di determinarne la media, che si riconferma di 2.6 componenti per nucleo, dato in linea rispetto a quello ISTAT di 2,78 – anno 2003.

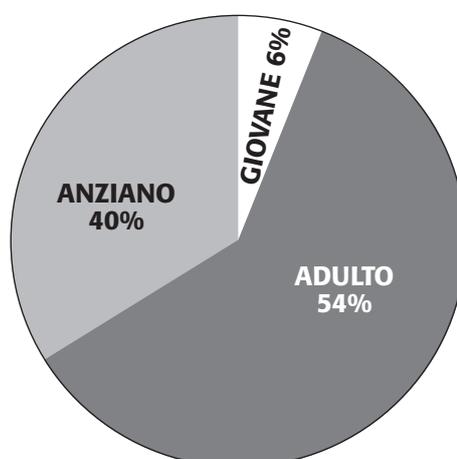
**Graf. 5 - NUMERO COMPONENTI DELLA FAMIGLIA DEL CAMPIONE INTERVISTATO**



## ETA' DEL CAMPIONE

Al fine di non creare imbarazzi nei soggetti intervistati, si è scelto di non formulare direttamente la domanda sull'età, ma di lasciare all'interpretazione dell'intervistatore la compilazione del campo in questione, diviso in tre fasce: giovane, adulto, anziano. I risultati così ottenuti possono non essere completamente attendibili. I dati raccolti rafforzano comunque quelli delle passate indagini: è confermato che i giovani costituiscono la categoria meno rappresentata nel campione.

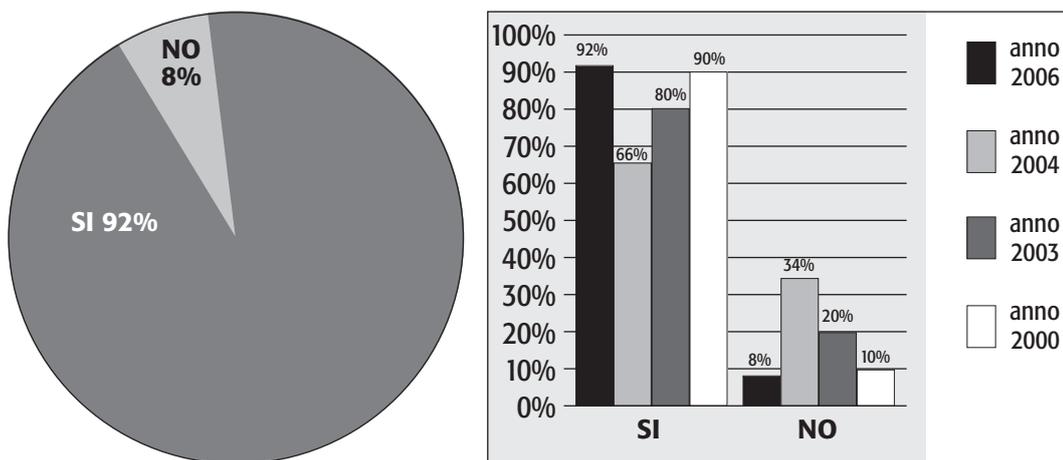
**Graf. 6 - ETA' DEL CAMPIONE INTERVISTATO**



## DISPONIBILITA' AD UN NUOVO CONTATTO

La disponibilità del campione ad essere ricontattato si attesta intorno al 93%. Nonostante si riscontri una generale insofferenza nei confronti delle continue proposte telefoniche cui abitualmente i cittadini sono soggetti - testimoniata peraltro dal numero di contatti interrotti dall'origine - coloro che hanno accettato di sottoporsi all'intervista hanno dimostrato di comprenderne le finalità e di condividerle. Collaborando ed accettando un eventuale ulteriore contatto, gli intervistati hanno manifestato il proprio interesse verso un argomento di assoluta attualità ed importanza quale quello dell'acqua e le sue implicazioni nella vita quotidiana.

**Graf. 7,8 - DISPONIBILITA' DEL CAMPIONE AD UN ULTERIORE CONTATTO E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



## La risorsa acqua

### LA QUALITÀ DELL'ACQUA POTABILE

In Italia, la fornitura dell'acqua potabile all'Utenza è disciplinata dal Decreto Legislativo n.31/2001 e s.m.i., che discende dal recepimento della Direttiva CEE 80/778 e che impone requisiti molto rigorosi sotto il profilo qualitativo.

Per giudicare la sua potabilità, l'acqua è sottoposta a periodiche analisi chimiche e batteriologiche. I controlli di qualità sono effettuati al punto di presa delle acque (alla sorgente, nel punto di derivazione per le acque superficiali, nei pozzi per le acque sotterranee), agli impianti di adduzione (pompe aspiranti, ecc.), nei serbatoi di accumulo, sulla rete di distribuzione.

Tali controlli vengono compiuti dal *Gestore del Servizio Idrico*, secondo una frequenza che varia in funzione della popolazione servita, della tipologia della fonte di approvvigionamento e del parametro da ricercare, oltre che autonomamente dall'*Azienda Sanitaria Locale* sui recapiti finali (utenze sia pubbliche che private).

Durante i diversi controlli vengono analizzati tutti i parametri previsti dal D.lgs.31/01:

- parametri organolettici: colore, odore, sapore, ecc;
- parametri chimico-fisici (temperatura, pH, conducibilità elettrica, cloruri, solfati, calcio, ecc.) che dipendono essenzialmente dal terreno e sono collegati alla natura delle acque superficiali, sotterranee e naturali; variano, a seconda delle condizioni geologiche ed idrogeologiche locali, dei possibili apporti dovuti ad attività antropiche e dei diversi periodi dell'anno;
- parametri microbiologici (carica batterica totale, coliformi totali, coliformi fecali, streptococchi fecali, ecc.).

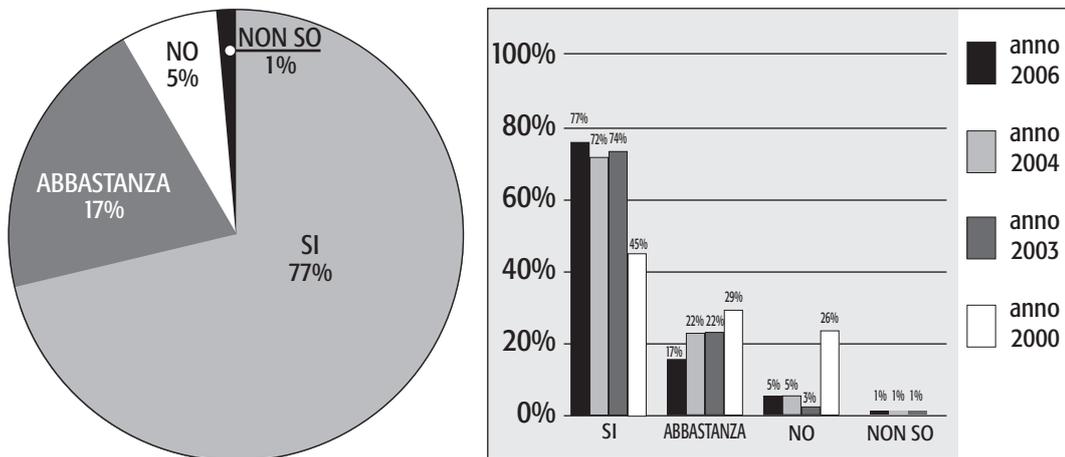
### LA PERCEZIONE DELLA QUALITÀ DELL'ACQUA POTABILE

In particolare, fra i parametri sopra citati, sono quelli organolettici - in altre parole il **colore, l'odore, la limpidezza e il sapore** - che classificano la gradevolezza dell'acqua destinata a scopi potabili.

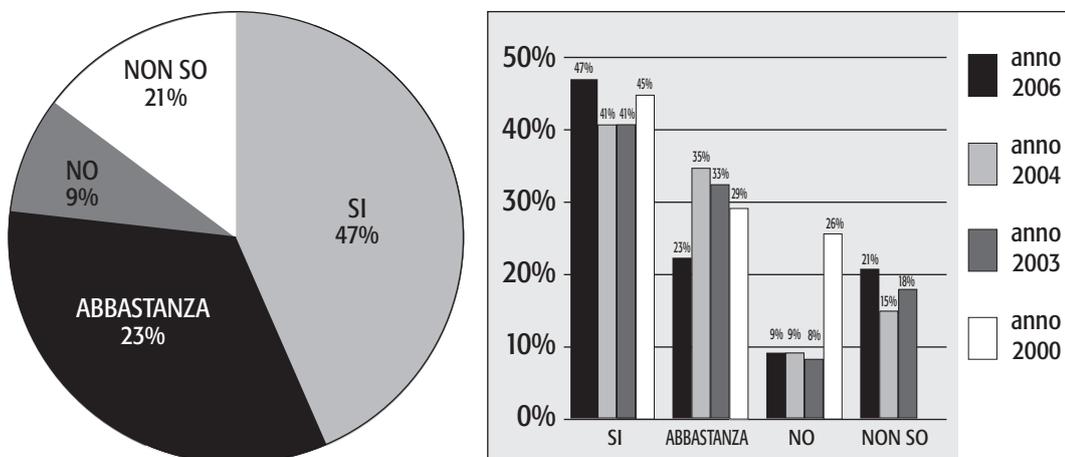
Oltre che essere valutati dal punto di vista chimico, devono soddisfare anche il gusto degli Utenti che utilizzano l'acqua, essendo caratteristiche fondamentali e determinanti per la scelta del suo impiego per bere.

Nell'ATO6, esaminando i dati aggregati dell'indagine di Customer Satisfaction '06, comparati con quelli risultanti dalle precedenti, è possibile riconfermare il *trend* di percezione positiva da parte degli Utenti sulla qualità dell'acqua potabile: la maggior parte degli intervistati della presente indagine considera l'acqua assolutamente o abbastanza limpida per il 94% (graf. 9-10), di sapore gradevole per il 70% (graf. 11-12), inodore per il 79% (graf. 13-14).

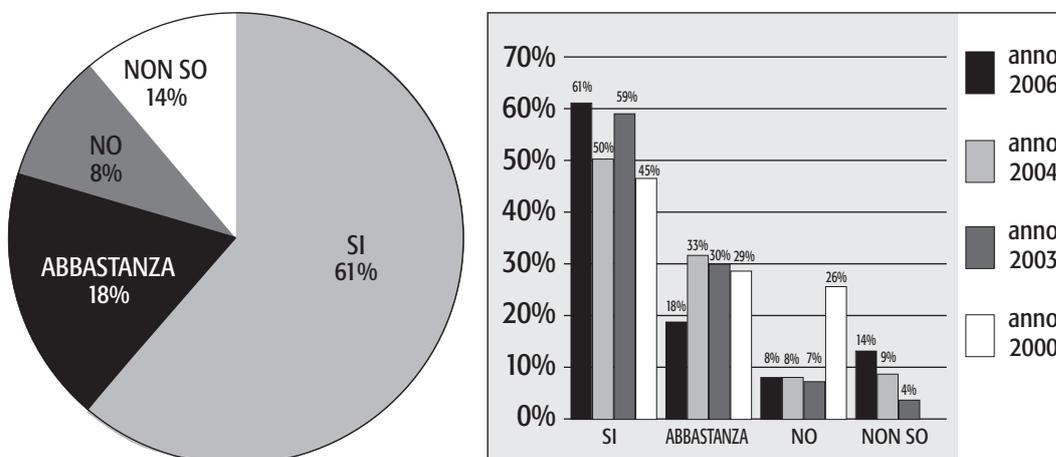
**Graf. 9,10 - "L'ACQUA POTABILE CHE LE VIENE EROGATA È LIMPIDA?" E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



**Graf. 11,12 - "L'ACQUA POTABILE CHE LE VIENE EROGATA È DI SAPORE GRADEVOLE?" E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



**Graf. 13,14 - "L'ACQUA POTABILE CHE LE VIENE EROGATA È INODORE?" E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



### IL CALCARE\*

Alla domanda relativa alla presenza di calcare nell'acqua, gli intervistati rispondono positivamente per il 69%, dato leggermente più elevato rispetto a quello delle indagini degli anni precedenti (graf. 15-16). Tale risultato è probabilmente anche influenzato dalle pressanti campagne pubblicitarie che reclamizzano prodotti anticalcare, che condizionano la percezione degli utenti circa le caratteristiche effettive di durezza dell'acqua.

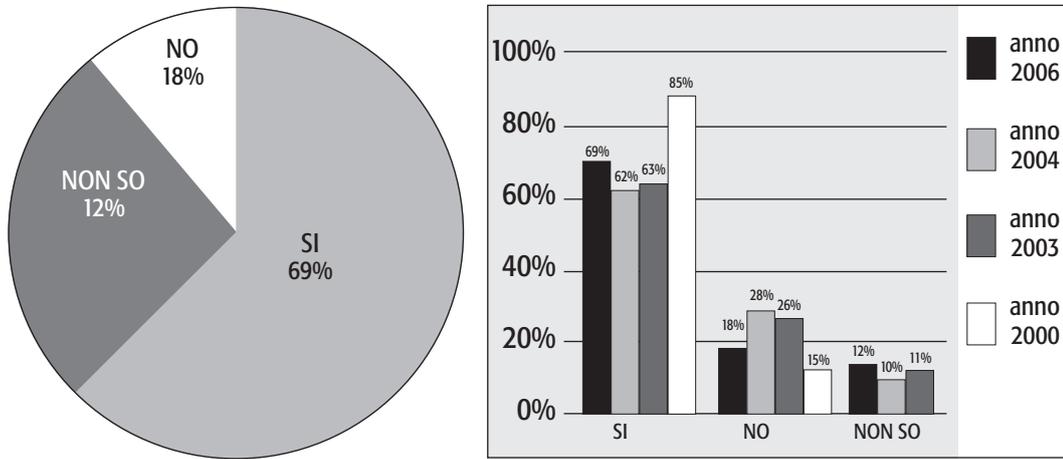
\* Il carbonato di calcio, comunemente definito come calcare, è una molecola formata da calcio, carbonio e ossigeno. È un composto molto compatto e solido quando si trova sotto forma di roccia cementata. La sua particolarità è quella di sciogliersi in presenza di sostanze anche poco aggressive, come l'acido carbonico che si trova nell'acqua piovana e nell'acqua dei fiumi. Trasportato fino all'utenza finale, può causare l'incrostazione delle condotte, delle tubature e dei rubinetti. Il calcare non ha effetti nocivi sulla salute e, se presente in quantità limitate, può contribuire a garantire l'apporto quotidiano di calcio e minerali necessari al nostro equilibrio alimentare.

La sua concentrazione dipende dalla natura geologica: un sottosuolo gessoso o calcareo è tipico di un'acqua "dura", mentre quello granitico o sabbioso di un'acqua "dolce".

La durezza indica il contenuto di sali di calcio e magnesio disciolti nell'acqua e si misura in gradi francesi. In Italia, si distinguono le acque "dolci" (meno di 15°F) da quelle "abbastanza dure" (da 15 a 35°F) da quelle "molte dure" (più di 35°F).

La normativa stabilisce in 50°F il limite massimo consentito per le acque destinate ad uso umano (D.lgs. 31/2001 e s.m.i.).

**Graf. 15,16 - "L'ACQUA DEL SUO RUBINETTO CONTIENE CALCARE?"  
E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**

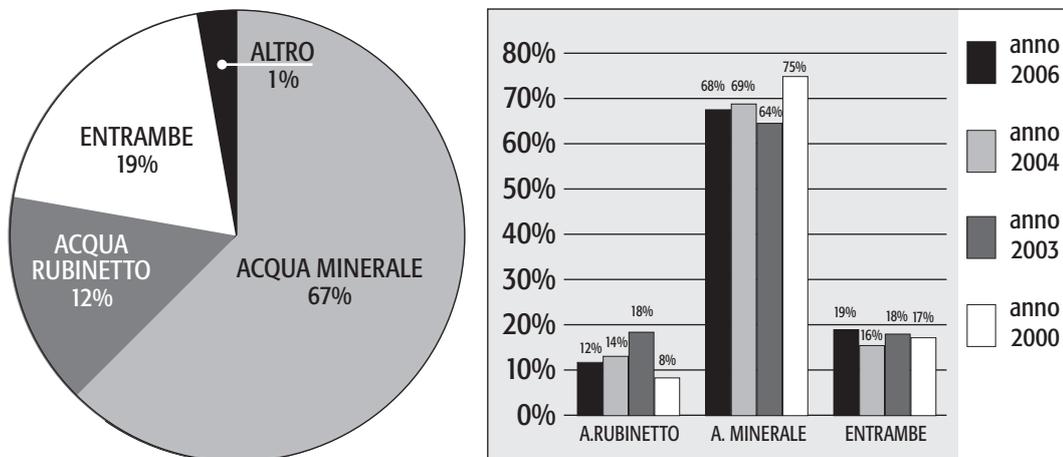


ACQUA POTABILE O ACQUA MINERALE?

Le famiglie dell'ATO6, ancora una volta, dimostrano di preferire l'acqua minerale a quella potabile del rubinetto; così come già si era verificato nelle passate esperienze, ad un buon risultato ottenuto circa la qualità della risorsa-acqua nel suo complesso non corrisponde un utilizzo dell'acqua per bere (graf. 17).

I risultati, perfettamente in linea con quelli passati, confermano che le abitudini degli Utenti non hanno subito modifiche (graf. 18).

**Graf. 17,18 - "IN FAMIGLIA NORMALMENTE BEVETE...."  
E COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



I dati raccolti, peraltro, trovano riscontro in una ricerca ISTAT del 2000, secondo la quale cresce l'abitudine al consumo di acqua minerale. L'85,5% della popolazione italiana di 14 anni e più beve acqua minerale, percentuale in costante aumento rispetto agli anni precedenti (78,6% nel 1993). Le Regioni in cui il consumo è più diffuso sono Umbria (93,8%), Lombardia (93,2%), ed Emilia Romagna (92,5%), mentre Basilicata (72,2%) e Calabria (72,7%) si distinguono per le percentuali più basse. Il consumo più elevato di acqua minerale si registra tra le persone di età compresa tra i 20 e i 54 anni.

La realtà dell'ATO6 rispecchia, pertanto, quella tipicamente italiana: il nostro Paese si colloca in cima alla lista delle Nazioni europee per quanto riguarda il consumo pro-capite annuo delle acque confezionate (tab.1).

**Tab. 1 - CONSUMI PRO-CAPITE  
ACQUE CONFEZIONATE IN EUROPA - ANNO 2003**

<b>Nazioni</b>	<b>litri pro-capite/anno</b>
ITALIA	193
FRANCIA	142
BELGIO	134
SPAGNA	133
SVIZZERA	127
GERMANIA	125
AUSTRIA	101
PORTOGALLO	88
GRECIA	59
IRLANDA	26
UK	23
SVEZIA	20
OLANDA	19
NORVEGIA	18
DANIMARCA	17
FINLANDIA	16
<b>MEDIA EUROPA OCC.</b>	<b>106</b>

Fonte: *Annuario Acque Minerali e di Sorgente BEVERFOOD*

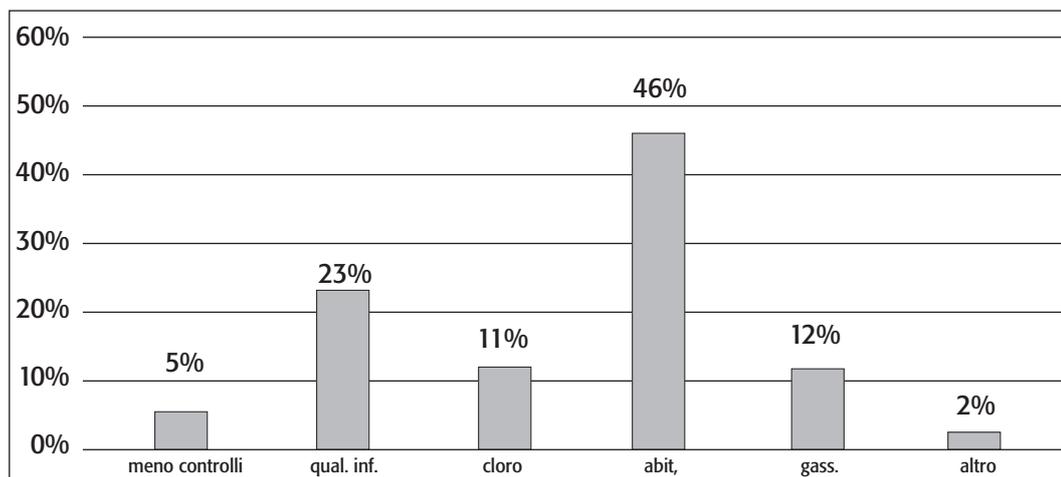
Gli italiani sono i primi consumatori di acqua minerale non solo in Europa, ma in tutto il mondo. Il consumo medio pro-capite, che nel 1988 era di 80 litri, nel 2003 è più che raddoppiato, passando a 193 litri (+141%). Da notare che nel resto dell'Europa occidentale si è passati da circa 50 litri, sempre nel 1988, ai 106 litri del 2003 (+112%) (fonte Beverfood).

L'industria italiana dell'acqua confezionata è rappresentata da 177 imprese, 287 marchi e produce 11 miliardi di litri imbottigliati, di cui uno è destinato all'esportazione (soprattutto in Canada e America).

Con l'indagine 2006, per la prima volta, agli Utenti dell'ATO6 è stato domandato il motivo principale per cui abitualmente non bevessero acqua del rubinetto, preferendo quella minerale in bottiglia (graf. 19).

L'abitudine (46%) risulta essere il motore principale di questa scelta; il 23% degli intervistati, invece, indica che l'acqua potabile erogata ha una qualità inferiore, dichiarandosi, per la maggior parte dei casi, "non certo" della sua potabilità e quindi, dimostrando scetticismo. Il 12% sceglie l'acqua gassata, mentre l'11% trova che l'acqua del rubinetto mantenga residui di cloro che ne alterano il gusto e l'odore. Solo il 5% afferma che l'acqua potabile è meno controllata, dimostrando più fiducia nei confronti di un prodotto confezionato, piuttosto che verso il servizio di erogazione pubblica.

**Graf. 19 - "QUAL È IL MOTIVO PRINCIPALE PER CUI ABITUALMENTE IN FAMIGLIA NON BEVETE ACQUA DEL RUBINETTO PREFERENDO QUELLA IN BOTTIGLIA?"**



La legislazione sulle acque minerali, al contrario di quanto diffusamente ritenuto, è meno restrittiva di quella sulle acque potabili, non essendo le prime tenute, come invece avviene per le acque potabili, a rispettare i limiti di concentrazione delle sostanze minerali.

L'acqua minerale naturale, apprezzata nel passato principalmente per le sue caratteristiche curative, negli anni recenti è stata utilizzata come acqua da tavola, andando a sostituire le acque di acquedotto. Il concetto di acqua minerale è divenuto sempre più sinonimo di "naturalità", non evolvendosi verso un'attenzione alla sua composizione ed agli effetti farmacologici e curativi.

L'"acqua minerale" oggi indica, pertanto, la categoria di acqua commercializzata non tanto in funzione delle caratteristiche terapeutiche, quanto per una presunta maggiore sicurezza rispetto a quella del rubinetto.

Le acque minerali possiedono differenti proprietà chimico-fisiche, e la peculiare composizione degli elementi di ciascuna determina applicazioni terapeutiche che soddisfano di volta in volta esigenze diverse e rispondono a patologie specifiche. Una prescrizione corretta e mirata è presupposto indispensabile per l'efficacia nell'assunzione.

L'attività di *marketing* da parte dei maggiori gruppi industriali del settore è considerevole: nel 2004 sono stati investiti a questo scopo circa 342.530.240 euro (fonte: Nielsen; elab.: Altra Ricerca e Solidarietà – Ares). L'enorme impiego di denaro dedicato soprattutto alla pubblicità televisiva, oltre che per quella su quotidiani, periodici e affissioni, veicola le scelte dei consumatori, attirati da messaggi che vogliono l'acqua minerale più sana, naturale e pura dell'acqua del rubinetto. Le pubblicità puntano alle caratteristiche che contraddistinguono le acque minerali, a livello quindi di sostanze disciolte in esse e presunte portatrici di benessere e vantaggi per l'organismo, oppure si focalizzano su valori e su stili di vita entro i quali il consumatore si può identificare, utilizzando spesso anche *testimonial* famosi. Esistono pertanto, acque che favoriscono una corretta digestione, altre ancora che fanno sentire leggeri, o che aiutano la diuresi, alcune che "eliminano la cellulite" ed evitano la ritenzione idrica perché "povere di sodio", o adatte agli sportivi, ...

In tal modo l'acqua diventa addirittura uno *status symbol*, facendo sembrare chi fa uso dell'acqua del rubinetto "fuori moda".

La sostituzione delle bottiglie in vetro con quelle di *plastica* è stato motivo di ulteriore sviluppo nei consumi delle acque confezionate: i contenitori in plastica, che rappresentano il 79% del totale dei volumi, sono molto più leggeri e maneggevoli. Le bottiglie in PET rappresentano ormai la quasi totalità del comparto, mentre le bottiglie in PVC stanno scomparendo. Il vetro è, invece, oramai presente quasi esclusivamente nei canali "*Ho.re.ca*" (hotel, ristorazione, *catering*) e del "porta a porta", dove persiste la regola del "vuoto a rendere".

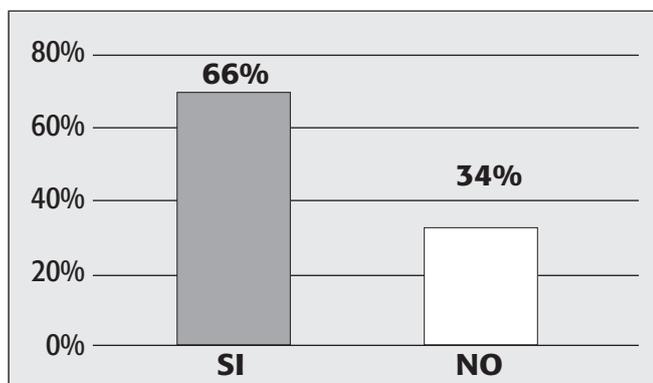
Le caratteristiche gustative proprie dell'acqua potabile possono non soddisfare una parte degli Utenti, a causa del sapore dell'acqua del rubinetto che a volte risente della presenza di cloro\*.

Per quanto attiene alla sicurezza qualitativa dell'acqua potabile erogata dall'acquedotto, si evidenzia come la stessa sia sottoposta a costanti e frequenti analisi di laboratorio. Nel corso del 2006, l'acqua erogata dal sistema degli acquedotti nell'ATO6 ha subito complessivamente n. 4.466 controlli, di cui circa n. 3.800 analisi di qualità da parte dei Gestori, e n. 666 analisi da parte dell'ASL; i parametri controllati sono stati oltre 30.000.

### LA SPESA PER L'ACQUA

Alla domanda circa la conoscenza della spesa annua della propria famiglia per il servizio di acquedotto, fognatura e depurazione, il 34% dichiara di non conoscere il costo (graf. 20).

**Graf. 20 - "CONOSCE LA SPESA ANNUA DELLA SUA FAMIGLIA PER IL SERVIZIO DI ACQUEDOTTO, FOGNATURA E DEPURAZIONE?"**



\* Per erogare l'acqua è necessario sottoporla ad adeguati trattamenti di potabilizzazione, la cui complessità varia a seconda della provenienza della risorsa e, quindi, dal diverso contenuto di sostanze disciolte e sospese. Le acque di sorgente o di falda protetta necessitano trattamenti più limitati, mentre le acque superficiali, esposte al contatto con l'esterno (pioggia, inquinamento), devono essere sottoposte a processi più elaborati.

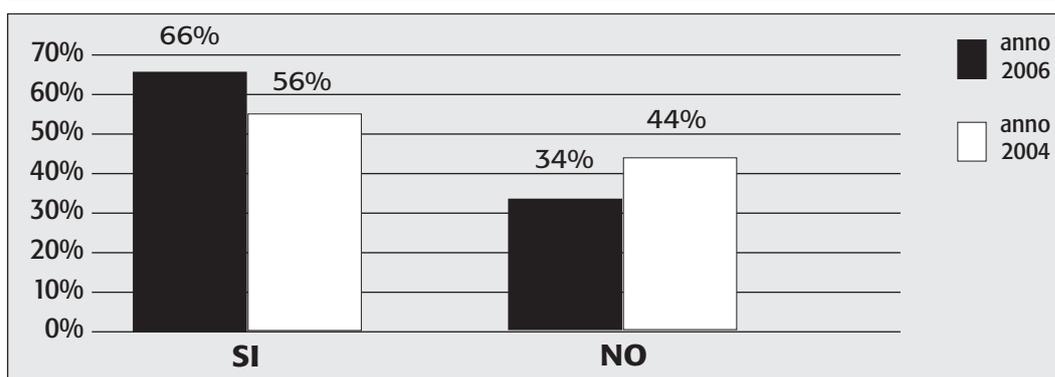
Al fine di eliminare i batteri e disinfettare l'acqua, viene utilizzato il cloro o prodotti da esso derivati (biossido di cloro e ipoclorito di sodio), che contribuiscono ad evitare la trasmissione di agenti patogeni e a dare la certezza della sterilizzazione delle acque. I vantaggi del cloro sono costituiti dai bassi costi e dalla capacità di mantenere un'azione disinfettante anche a valle dei sistemi di trattamento, fino all'utenza finale.

Il cloro talora può però conferire all'acqua un odore e un sapore sgradevoli, non particolarmente apprezzati sotto il profilo organolettico dai consumatori. Si può comunque affermare, con assoluta certezza, che l'acqua che arriva nelle case degli Utenti è potabile, salubre e pulita.

Tale consistente percentuale può essere motivata sia da un disinteresse nei confronti della stessa, che da una delega ad altri componenti della famiglia per il pagamento delle bollette. In molti casi, inoltre, il costo dell'acqua è incluso nelle altre spese condominiali; in tali situazioni diventa pertanto difficile per l'Utente valutare l'effettivo esborso. Si può supporre, infine, che il consumo dell'acqua sia considerato talmente indispensabile che il suo costo passi in secondo piano rispetto ad altre spese meno "essenziali".

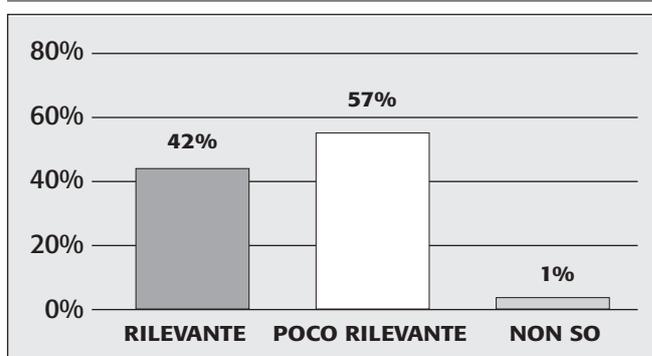
Paragonando i dati raccolti nel 2006 con quelli del 2004 (graf. 21), pare evidente un aumento di coloro che affermano di essere a conoscenza della spesa annua per il SII: tale risultato può essere determinato da una crescente attenzione nei confronti dell'argomento "acqua".

**Graf. 21 - "CONOSCE LA SPESA ANNUA DELLA SUA FAMIGLIA PER IL SERVIZIO DI ACQUEDOTTO, FOGNATURA E DEPURAZIONE?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



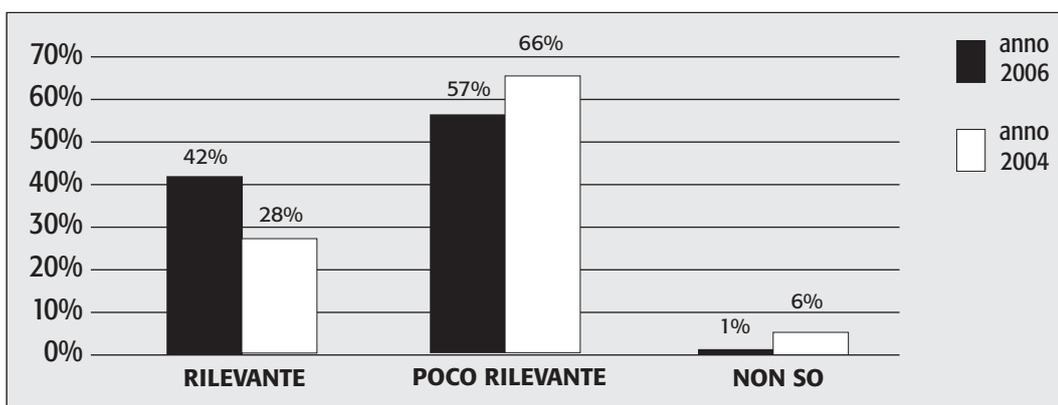
Al 66% degli intervistati che dichiarano di conoscere la spesa annua della propria famiglia per il SII è stato chiesto in che modo tale importo abbia inciso sul bilancio familiare (graf. 22).

**Graf. 22 - "TALE SPESA INCIDE SUL BILANCIO FAMILIARE IN MODO..."**



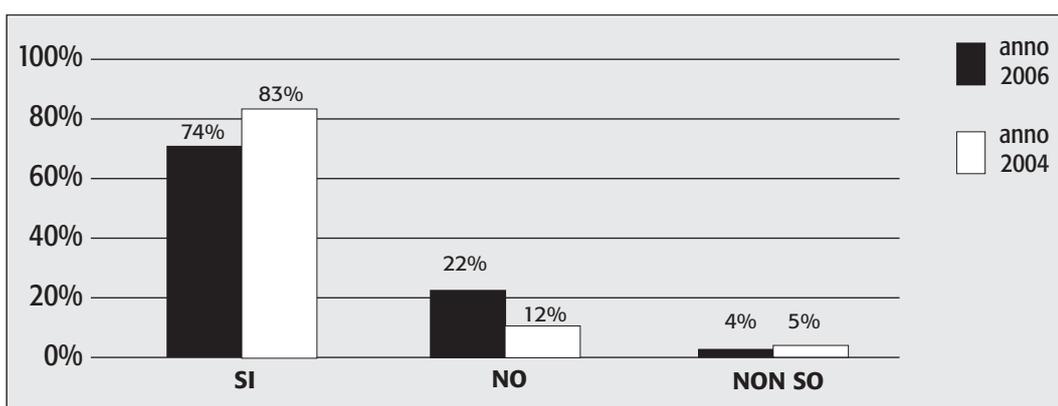
Dal grafico 23 risulta una diminuzione nella percentuale dei "poco rilevante" rispetto al 2004, che può essere motivata da una generale sensazione che il potere di acquisto degli Italiani sia negli ultimi anni diminuito, e che pertanto ogni esborso di denaro, per quanto contenuto come quello per la bolletta dell'acqua, risulti più gravoso rispetto al passato.

**Graf. 23 - "TALE SPESA INCIDE SUL BILANCIO FAMILIARE IN MODO...": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



Questa ipotesi pare supportata anche dal grafico 24, dove emerge che, pur mantenendosi comunque alta la percentuale di coloro che ritengono la spesa per il SII adeguata ai servizi forniti, essa si è ridotta rispetto a quella del 2004.

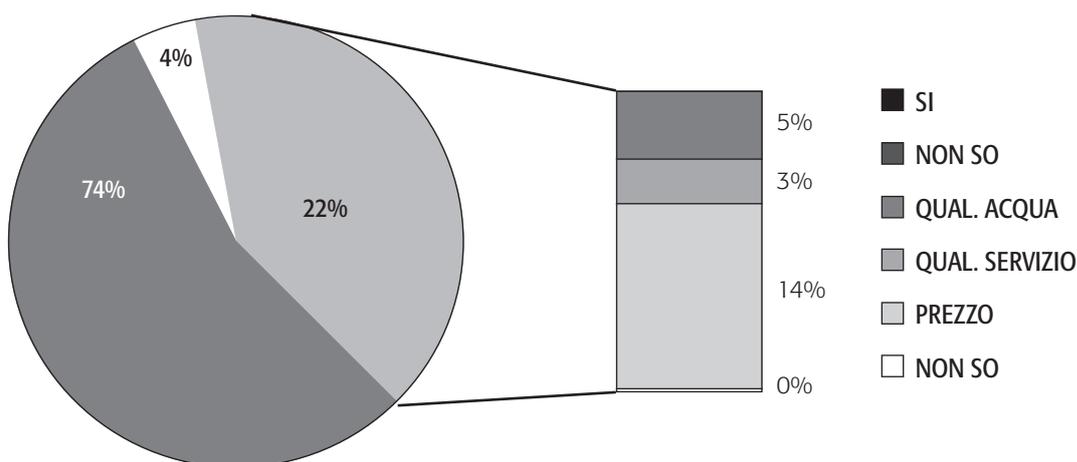
**Graf. 24 - "RITIENI CHE TALE SPESA SIA ADEGUATA AI SERVIZI FORNITI?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



Tra i motivi addotti dagli intervistati per giustificare la non adeguatezza di tale spesa, il principale è individuato nel prezzo di fornitura, seguito dalla qualità dell'acqua e in ultimo dalla qualità del servizio (graf. 25).

Così come avvenuto nel caso delle precedenti indagini di Customer Satisfaction da noi realizzate, è da sottolineare comunque come solo una limitata percentuale fra coloro che lamentano eccessivo il prezzo del servizio (1%) ne conoscano effettivamente l'importo.

**Graf. 25 - "LA SPESA NON È ADEGUATA PER..."**



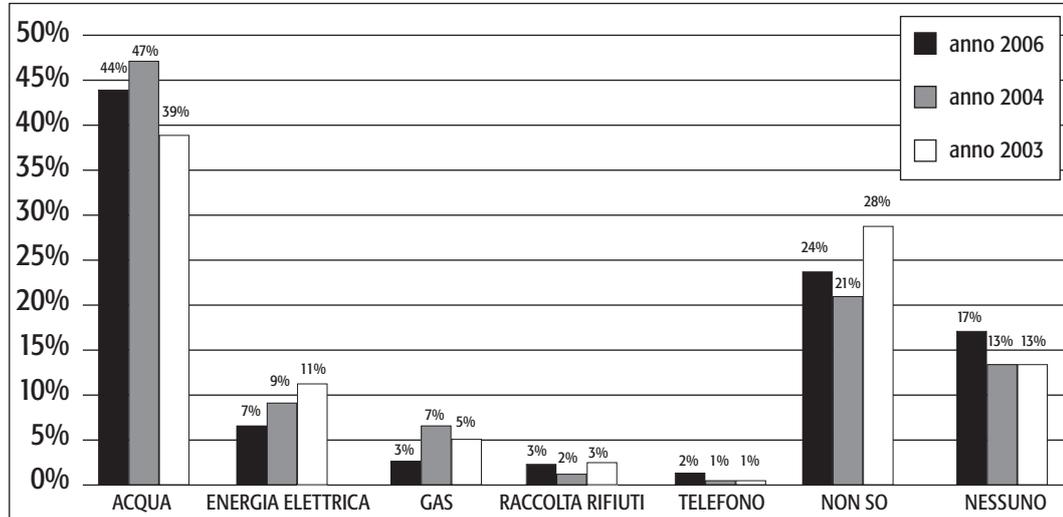
Dai dati in nostro possesso, quello dell'acqua rimane certamente il servizio che offre il miglior rapporto qualità/prezzo. Il risultato è confermato negli anni, e testimonia che il SII continua ad essere percepito come assolutamente fondamentale e di gran lunga prioritario nella categoria dei servizi pubblici (graf. 26).

Il 44% del campione attribuisce al "servizio acqua" il miglior rapporto qualità/prezzo, ed a seguire, nettamente distanziati, l'energia elettrica, la raccolta rifiuti, il gas e il telefono.

Il passaggio dal regime di monopolio a quello concorrenziale, che ha caratterizzato recentemente alcuni di questi servizi, non ha apportato pertanto evidenti miglioramenti sulla percezione degli stessi da parte dell'Utenza.

Sottolineiamo come, anche se moderatamente, sia aumentata la percentuale della classe di risposta "nessuno", cioè di coloro che ritengono elevati i costi di tutti i servizi forniti.

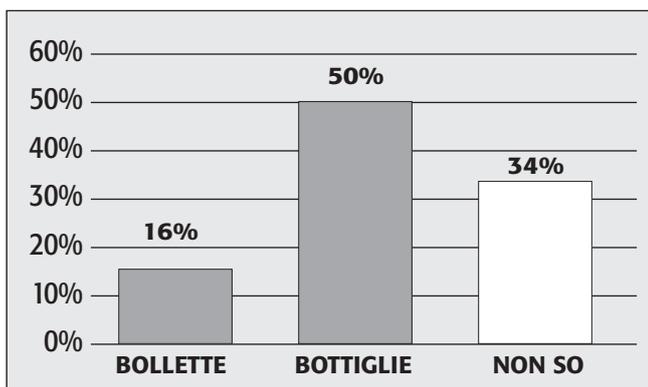
**Graf. 26 - "DI QUESTI SERVIZI, QUALE RITIENE OFFRA IL MIGLIOR RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



LE SPESE PER L'ACQUA A CONFRONTO\*

Il consistente utilizzo dell'acqua minerale nell'ATO6, già più volte sottolineato, trova riscontro nel 50% del campione intervistato che dichiara che nella propria famiglia è più rilevante la spesa annua per l'acquisto di acqua in bottiglia rispetto a quella del Servizio Idrico (graf. 27).

**Graf. 27 - "SECONDO LEI, NELLA SUA FAMIGLIA È PIÙ RILEVANTE LA SPESA ANNUA PER..."**



\* Secondo una ricerca di Altroconsumo del giugno 2005, vi sono grandi differenze di prezzo tra le acque minerali: per le naturali da 1,5 litri, si passa da un minimo medio di 30 centesimi a bottiglia a un massimo di 76 centesimi, corrispondente ad una differenza del 150% circa sul prezzo di vendita. Il divario può arrivare al 200% tra le acque frizzanti da 1,5 litri.

Il 16% del campione, invece, ritiene di spendere di più per le bollette dell'acqua potabile.

Risulta considerevole, infine, la percentuale di coloro che non sono in grado di indicare quale sia la spesa più rilevante fra l'acquisto dell'acqua minerale e il pagamento della bolletta dell'acqua potabile (34%), ammettendo, nella maggior parte dei casi, di non essersi mai posti il problema di confrontare le due spese.

Il costo delle bottiglie, decisamente elevato, si attesta in media su 0,50 euro/litro, mentre quello dell'acqua potabile è di 0,0005 euro/litro. Nonostante questa enorme differenza, non giustificabile in termini di qualità di prodotto, e la difficoltà di spesa delle famiglie rilevabile in più settori economici, è evidente che il mercato dell'acqua minerale non subisce flessioni.

L'abitudine esasperata all'acquisto di acqua minerale in bottiglia, oltre a gravare notevolmente sul bilancio familiare, comporta a livello individuale la scomodità del trasporto e dello smaltimento dei vuoti, e contribuisce ad una considerevole produzione di rifiuti. I costi di imballaggio e pubblicitari incidono sulla composizione del prezzo finale della bottiglia molto più della materia prima stessa. Tutto ciò grava di fatto sui consumatori finali, e si aggiunge ai risvolti ambientali della produzione di circa 200.000 tonnellate di bottiglie di plastica, considerando solo il territorio italiano.

## LE PROPOSTE DELL'ATO6

Così come già accennato in precedenza, per valutare preventivamente l'eventuale interesse da parte degli Utenti circa quesiti specifici sui servizi ovvero per stimarne l'effettivo apprezzamento una volta realizzati, nei questionari di Customer Satisfaction dell'ATO6 sono state inserite domande *test*.

Da qui ha origine la verifica del parere degli Utenti sia verso forme sperimentali di distribuzione di acqua potabile decolorizzata e refrigerata, sia riguardo l'invio di ulteriori informazioni - contestuale alle bollette - riguardanti le analisi dell'acqua e la qualità del servizio.

Tali iniziative, insieme a numerose altre attuate nel passato, rappresentano l'impegno dell'ATO6 e dei Gestori finalizzato ad ampliare la gamma di servizi erogati, oltre a quelli specificati dalla normativa e dalla Carta dei Servizi. Le innovazioni proposte vengono attuate laddove venga verificato l'accordo con i fruitori finali, che ne giudicano così direttamente la concreta utilità.

I nuovi servizi offerti hanno anche lo scopo di dare maggiore evidenza al Servizio Idrico Integrato. Più visibilità in questo senso corrisponde ad un aumento della fiducia nel prodotto "acqua" e, più in generale, contribuisce alla diffusione di una cultura consapevole circa l'importanza della sua salvaguardia.

#### LE FONTANELLE EROGATRICI DI ACQUA POTABILE

Così come rilevato e ampiamente sottolineato nel passato, anche quest'anno risulta evidente la scarsa attitudine degli Utenti ad utilizzare l'acqua del rubinetto per bere.

Per ovviare a questa diffidenza, con l'obiettivo principale di riavvicinare gli Utenti alla risorsa potabile, nel 2004 si è predisposta un'iniziativa dal nome "*Acqua buona dal rubinetto*", che prevedeva la fornitura di fontanelle erogatrici di acqua potabile refrigerata e dechlorizzata, destinata ai Comuni dell'ATO6, in accordo con le relative Amministrazioni.

Il progetto, accolto quindi in modo decisamente positivo dagli intervistati, ha incontrato il medesimo notevole successo anche nella sua effettiva realizzazione: dal momento dell'installazione sono stati attinti circa 950.000 litri d'acqua.

Le fontanelle sono state inserite in zone centrali del territorio comunale, con l'intenzione di promuovere la riscoperta della fontana pubblica, storicamente luogo di incontro e socializzazione, fondamentale per lo sviluppo urbano.

Oltre a curarne la funzionalità, la fruibilità e l'economicità gestionale, si è riservata particolare attenzione al loro aspetto e alla loro lavorazione che, anche se seriale, ha fatto ricorso a tecnologie artigianali.

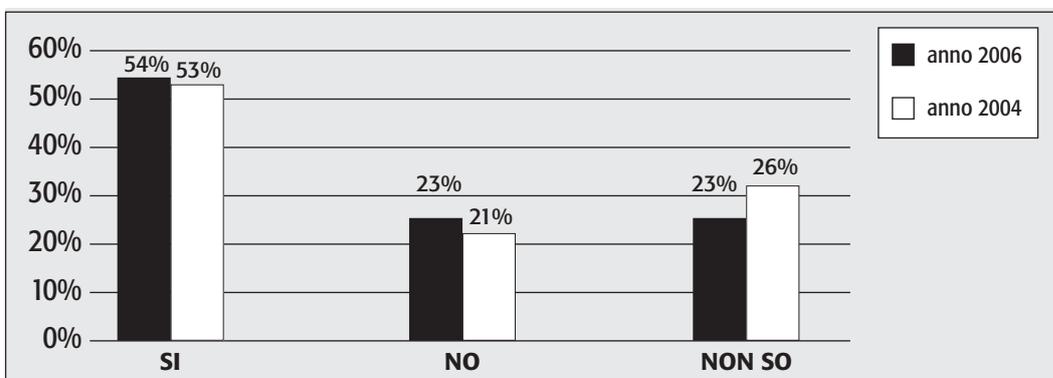
Proprio in questa prospettiva per testarne il gradimento, si era inserita nel questionario di Customer Satisfaction 2004 una domanda a tal proposito, riproposta peraltro anche quest'anno.

Dal grafico 28 possiamo rilevare come più della metà del campione si dichiara interessato alla proposta.

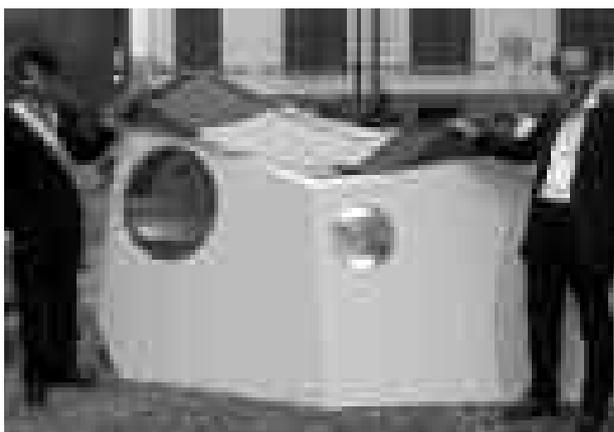
Fra le motivazioni addotte da coloro che rispondono "no", vi è oltre che un fatto di scomodità legato alla collocazione della fontanella rispetto alla propria abitazione, anche un effettivo disinteresse.

La percentuale dei "non so", piuttosto alta, rispecchia lo scetticismo nei confronti sia della gratuità del servizio, sia delle effettive qualità organolettiche ed igieniche della risorsa erogata.

**Graf. 28 - "SAREBBE INTERESSATO AD AVERE NEL SUO COMUNE UNA FONTANELLA EROGATRICE DI ACQUA POTABILE DECLORIZZATA E REFRIGERATA GRATUITA?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



Inaugurazione  
istallazione fontanella  
Castelnuovo Scivia\*



Inaugurazione istallazione  
fontanella Castellazzo Bormida

\* La prima fontanella è stata collocata a Castelnuovo Scivia, ed inaugurata il 3 Aprile 2005; mentre la seconda a Castellazzo Bormida, inaugurata il 7 Luglio 2005. Proprio gli Utenti di questi Comuni nella presente indagine sono stati sottoposti ad una domanda supplementare: la quasi totalità degli intervistati ha dichiarato di essere a conoscenza della sua esistenza.

## INFORMAZIONI AGGIUNTIVE CONTESTUALI ALLA BOLLETTA

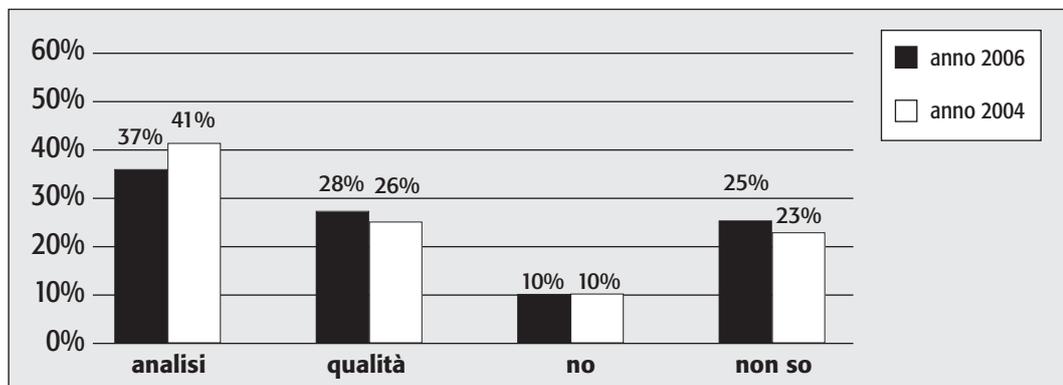
Gli intervistati, alla domanda se fossero interessati all'invio di informazioni sulla qualità e sulle analisi dell'acqua, contestuale alla bolletta, hanno confermato la tendenza emersa nelle trascorse esperienze (graf. 29).

La maggioranza del campione accoglie positivamente la proposta sia per quanto riguarda le informazioni sulla qualità del servizio sia, soprattutto, per le analisi chimico-fisiche della risorsa acqua.

La consistente percentuale degli indecisi dimostra il timore della non-gratuità del servizio aggiuntivo proposto; testimonia inoltre il fatto che molti Utenti, abitando in condominio, non ricevono personalmente la bolletta e, pertanto, non ne prendono visione direttamente.

In più, alcuni esprimono dubbi nella propria capacità di comprendere ed interpretare correttamente le informazioni circa le analisi dell'acqua, considerandole materia esclusiva degli addetti ai lavori.

**Graf. 29 - "SAREBBE INTERESSATO A RICEVERE CON LA BOLLETTA ULTERIORI INFORMAZIONI, CIRCA...": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



## POLITICHE DI RISPARMIO IDRICO

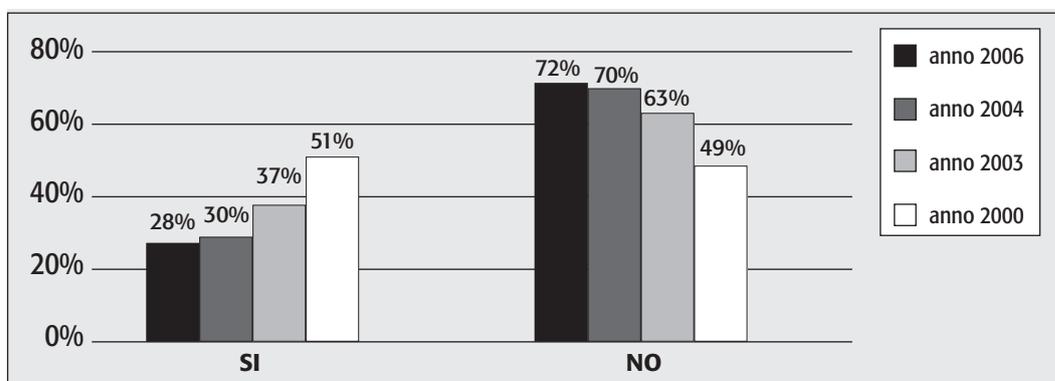
Uno dei compiti principali dell'ATO6 è quello di contribuire alla salvaguardia della risorsa idrica, anche tramite la sensibilizzazione degli Utenti al suo risparmio e ad un suo utilizzo consapevole.

Per questo sono state realizzate sempre più pressanti campagne informative, con lo scopo di raccomandare ai consumatori di non utilizzare l'acqua per usi diversi da quelli "civili", così come stabilito dal Regolamento del Servizio.

L'attività di prevenzione attuata per scongiurare pericoli di crisi idriche nel periodo estivo sembra aver dato i suoi frutti: negli anni, infatti, è andata decisamente calando la percentuale di coloro che dichiarano di utilizzare l'acqua potabile per bagnare orti e giardini. Dal 2000 al 2006, vi è stata progressivamente una diminuzione di 23 punti percentuale (graf. 30).

Il messaggio di sensibilizzazione al risparmio sembra pertanto essere stato recepito; gli Utenti, infatti, cominciano a percepire l'uso irriguo dell'acqua potabile come scorretto, evitandolo o più semplicemente dichiarando di evitarlo.

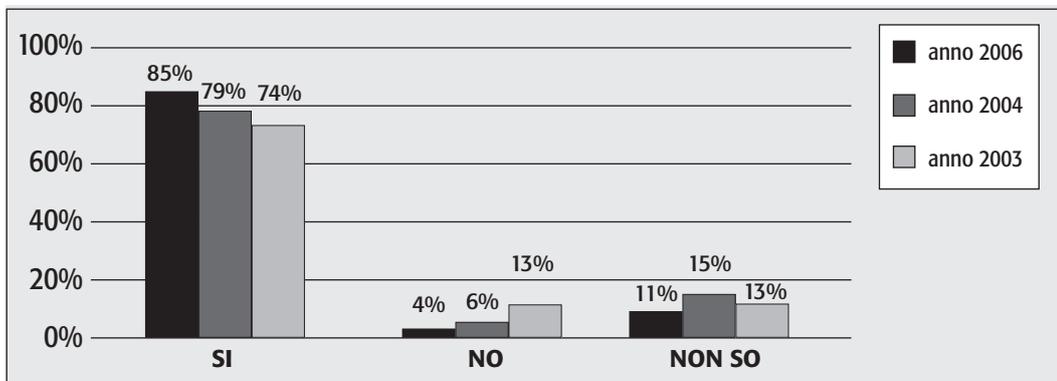
**Graf. 30 - "OLTRE AI NORMALI USI, UTILIZZA L'ACQUA POTABILE PER BAGNARE ORTO E GIARDINO?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



L'azione tesa alla conservazione della risorsa, intrapresa dall'ATO6 e dai Gestori, viene largamente condivisa anche dagli Utenti. Alla domanda "ritiene sia importante attuare una politica in favore del risparmio idrico", infatti, ben l'85% del campione risponde in modo affermativo (graf. 31).

Paragonando i dati raccolti nelle diverse indagini di Customer Satisfaction, è possibile evidenziare un *trend* di crescita delle percentuali dei "si", che comunque si sono sempre attestate su livelli decisamente alti.

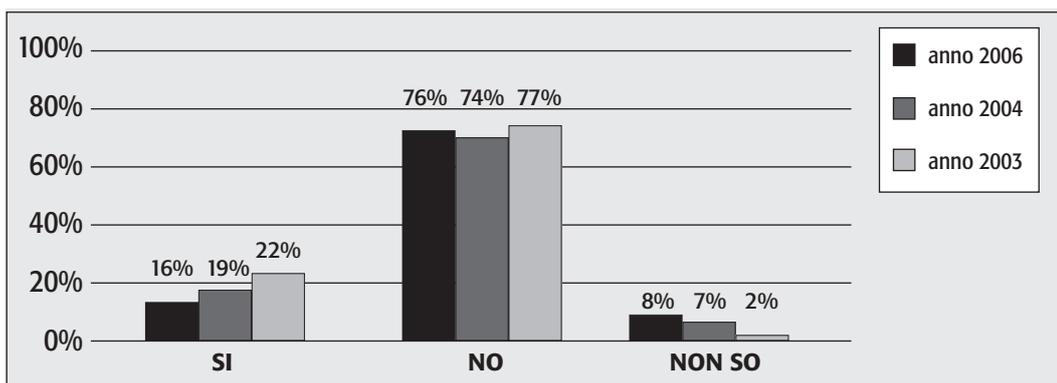
**Graf. 31 - "RITIENE CHE SIA IMPORTANTE ATTUARE UNA POLITICA IN FAVORE DEL RISPARMIO IDRICO?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



La maggioranza del campione intervistato continua a dichiarare di considerare il proprio consumo di acqua contenuto e moderato (graf.32).

Si può riscontrare una diminuzione di coloro che ritengono di consumare acqua in eccesso. Ciò conferma quanto detto in precedenza a proposito di una maggiore e crescente attenzione dei consumatori nei confronti del risparmio idrico, che sembra in effetti riflettersi anche in una modifica delle abitudini quotidiane.

**Graf. 32 - "SECONDO LEI NELLA SUA FAMIGLIA SI CONSUMA ACQUA IN ECCESSO?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



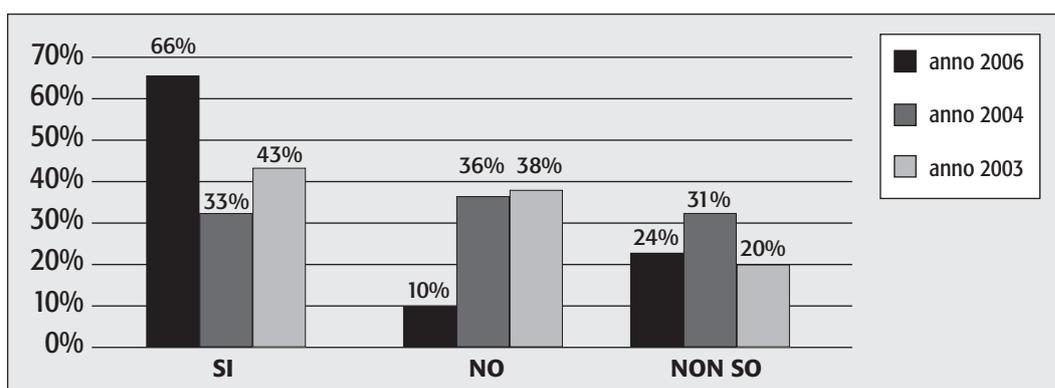
Al campione è stata chiesta un'opinione riguardo l'opportunità di penalizzare coloro che eccedono nel consumo dell'acqua o impiegano la risorsa per usi voluttuari tipo piscine o fontane private. Il 66% si è espresso in maniera favorevole (graf. 33).

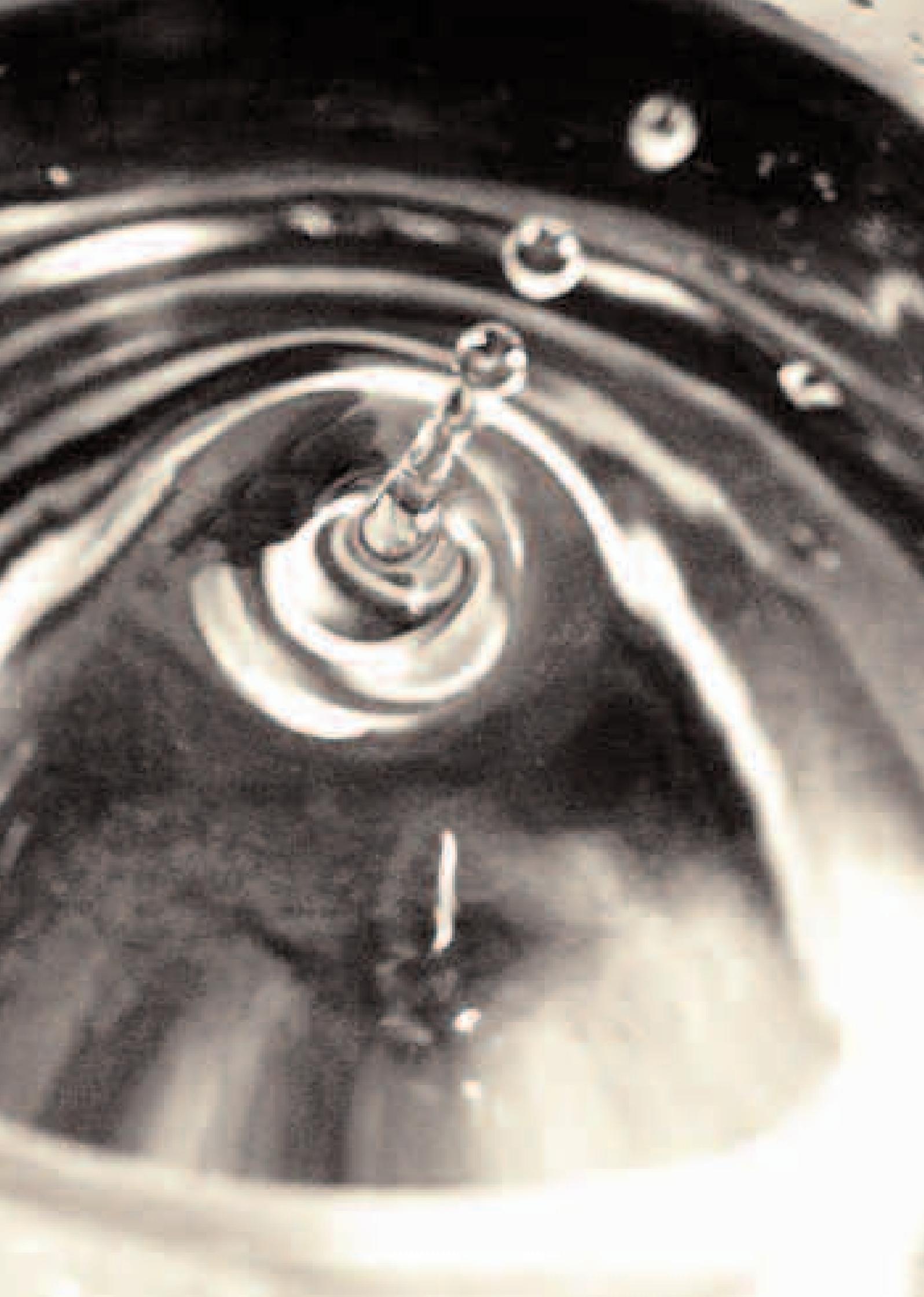
Paragonando tra loro le diverse Customer Satisfaction realizzate nel tempo, notiamo che il dato '06 è raddoppiato rispetto a quello dell'indagine '04. La spiegazione può dipendere da una modifica della stesura della domanda stessa, più specifica per quanto riguarda il tipo di eccedenze da penalizzare: citare come esempi le piscine e le fontane private - usi ritenuti dall'intervistato come extra e/o di lusso - ha sicuramente influito sul deciso aumento dei favorevoli alla penalizzazione in tariffa.

L'alta percentuale dei "non so" fa emergere un'evidente difficoltà da parte degli intervistati, che può essere motivata sia dalla non-conoscenza della tariffa effettiva del SII che da una non esplicitata definizione dell'entità della "penalizzazione" proposta. Anche il termine "eccedenza", non quantificato in metri cubi, e quindi lasciato alla libera interpretazione dell'intervistato, può averlo portato a non esprimere il proprio parere.

Inoltre, vi è probabilmente da parte del campione l'esigenza di tutelare il diritto del "consumatore", soprattutto quello delle famiglie più numerose, i cui consumi di acqua sono obbligatoriamente più elevati.

**Graf. 33 - "RITIENE CHE IN TARIFFA DOVREBBERO ESSERE PENALIZZATE LE ECCEDENZE DI CONSUMO E GLI USI VOLUTTUARI, TIPO PISCINE O FONTANELLE PRIVATE?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**





## La gestione del Servizio Idrico Integrato

Nel 1998 il sistema idrico era caratterizzato da un diffuso universo di utenze sparse e scarsamente interconnesse a livello strutturale: la gestione era rappresentata da una forte frammentazione territoriale e dalla prevalenza numerica di *gestioni in economia*. Solo il 41% dei Comuni era gestito da aziende, numerose e non coordinate. La mancanza di pianificazione e razionalizzazione determinava diseconomie che si riflettevano nella limitata applicazione di tecnologie avanzate e nel ridotto sfruttamento delle risorse disponibili.

Le tariffe pagate dagli Utenti erano troppo modeste e disomogenee per permettere al sistema di auto-finanziarsi; il settore, pesantemente in perdita, si reggeva su finanziamenti statali e regionali, destinati a diminuire nel tempo e, quindi, a determinare inevitabilmente lo scadimento della qualità dell'intero Servizio.

Nel 2002, con l'approvazione del Piano d'Ambito e la costituzione dell'ATI (Associazione Temporanea di Imprese) tra i vari soggetti Gestori allora esistenti, si avviò concretamente il processo riorganizzativo del Servizio Idrico Integrato nell'ATO6. Alla fine del 2003 la gestione del servizio da parte delle aziende riguardava l'80% dell'utenza complessiva dell'Ambito.

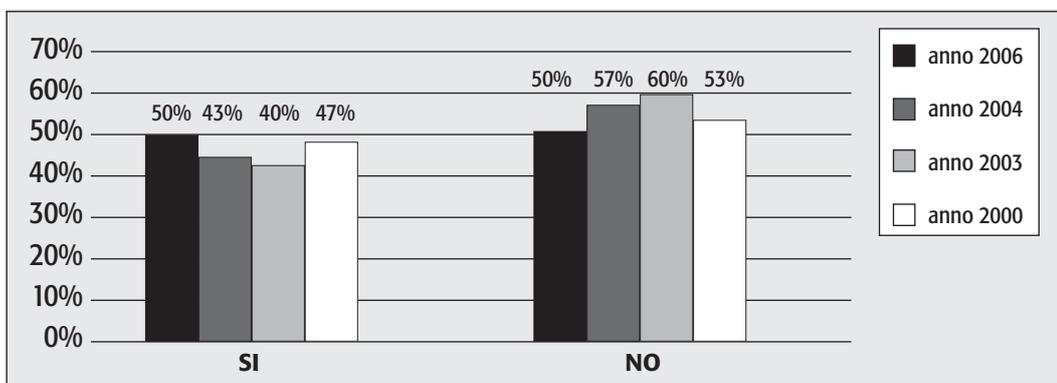
L'obiettivo principale perseguito in questi anni è stato ed è, pertanto, quello di potenziare tutte le attività volte al completamento della riforma del settore idrico, in applicazione della Legge 36/94 e della L.R. 13/97 e, quindi, alla realizzazione della gestione unitaria del SII. Quest'ultima consiste in un solo soggetto erogatore del Servizio Idrico Integrato – comprensivo cioè del servizio di acquedotto, fognatura e depurazione – su tutto il territorio dell'ATO6, che rispetti il medesimo Regolamento di Utenza e la stessa Carta dei servizi e che applichi una tariffa unica.

Per comprendere come le modificazioni gestionali sopra descritte siano state recepite dall'Utenza, si è ritenuto utile domandare al campione se fosse a conoscenza del proprio gestore e se ne fosse soddisfatto.

Dal grafico 34, che compara i dati raccolti negli anni, è possibile evidenziare come dal 2003 - anno in cui si è avviata concretamente la riorganizzazione del Servizio Idrico - sia andata progressivamente aumentando la percentuale di conoscenza del Gestore, nonostante le variazioni strutturali che hanno indiscutibilmente stravolto l'assetto gestionale originario.

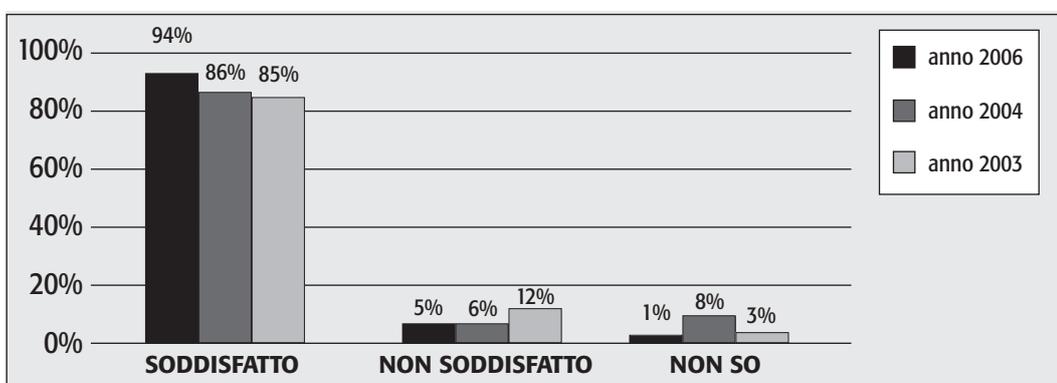
Tale risultato è frutto anche delle attività messe in atto e dagli sforzi dell'ATO6 e delle Aziende per consolidare la propria immagine, e per consentire all'Utenza di comprendere le fasi di razionalizzazione ed integrazione che hanno accompagnato l'intero processo, caratterizzato da trasformazioni societarie, aggregazioni gestionali e conseguenti cambiamenti di denominazione delle aziende. Nonostante quanto sopra detto, il 50% ammette di non saper individuare immediatamente il gestore di riferimento, ovvero di non ricordarne il nome. E' da rilevare come la percentuale di conoscenza del Gestore relativa all'anno 2000 sia piuttosto elevata, rispecchiando decenni di immutata gestione del servizio idrico, legata prevalentemente ai Comuni o ad aziende storiche.

**Graf. 34 - "SA CHE AZIENDA LE FORNISCE IL SERVIZIO?":  
COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



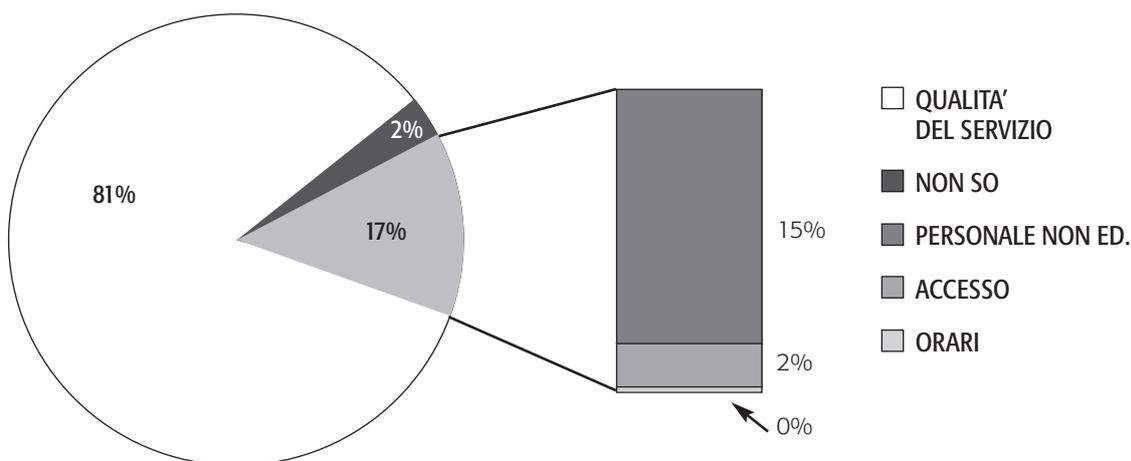
La quasi totalità di coloro che dichiarano di conoscere il Gestore del Servizio Idrico ne è decisamente soddisfatta (graf. 35). Si evidenzia, pertanto, una buona percezione dell'operato delle aziende: i "soddisfatti" e "abbastanza soddisfatti" raggiungono il 94%, dato decisamente positivo e che è andato aumentando di anno in anno.

**Graf. 35 - DI TALE AZIENDA SI PUÒ CONSIDERARE...":  
COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



Fra coloro che non si ritengono soddisfatti, l'81% indica come motivazione la qualità del servizio, mentre il 17% individua la causa principale nel rapporto con il personale, in linea con i dati delle indagini precedenti (graf. 36).

**Graf. 36 - MOTIVAZIONI DI COLORO CHE SI DICHIARANO INSODDISFATTI DEL PROPRIO GESTORE**



### LA BOLLETTAZIONE

Agli intervistati è stata formulata una domanda relativa alla comprensione della bolletta del SII: secondo una larga maggioranza (71%, SI e ABBASTANZA) la stessa risulta comprensibile.

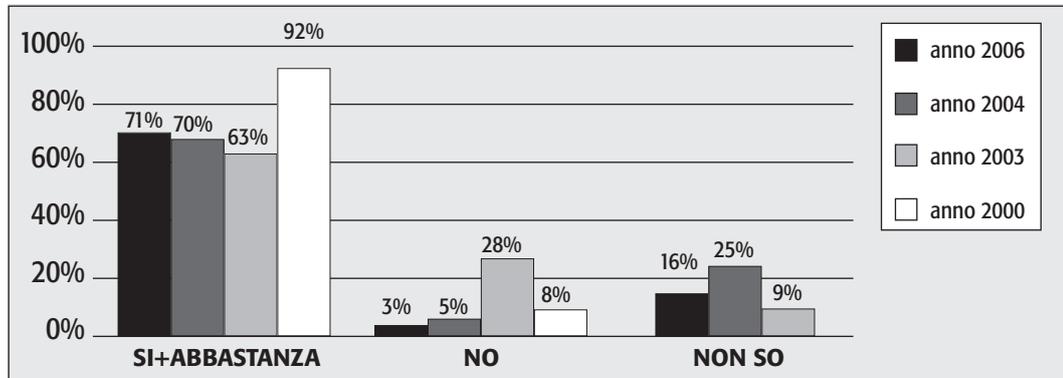
Confrontando i dati a disposizione, si può notare che nel 2000 il 92% affermava di non trovare difficoltà nella sua comprensione; la percentuale cala notevolmente nel 2003 (63%), anno in cui è cambiato il sistema di fatturazione. Le nuove bollette, obiettivamente diverse dalla vecchia formulazione, in quanto emesse con un altro metodo di tariffazione e contenenti nuove voci, sono risultate inizialmente di difficile comprensione per gli Utenti.

Dal grafico 37 è possibile rilevare come dal 2003 la percentuale sia tornata, anche se in modo graduale, progressivamente a crescere.

Tale dato probabilmente testimonia il fatto che i fruitori del servizio si siano nel tempo abituati alla nuova strutturazione della fattura ed abbiano imparato ad interpretarla.

Risulta comunque opportuna un'ulteriore opera di informazione che spieghi in modo semplice la bolletta in ogni sua parte, rendendola pertanto pienamente accessibile.

**Graf. 37 - "LE BOLLETTE SONO COMPRESIBILI?":  
COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



### LA BOLLETTA DELL'ATO6

Quadro riassuntivo dei costi del servizio:

Deposito Versato: cauzione versata.

Canone di fruizione del SII: "quota fissa" pari a 24 €/anno, applicata ad ogni singola unità abitativa. Il Canone di fruizione è andato a sostituirsi al vecchio "nolo contatore".

Servizio Idrico Integrato: corrispettivo delle prestazioni fornite dal Gestore.

E' costituito dalle tariffe di vendita per i diversi scaglioni di consumo:

- tariffa agevolata, per consumi tra 0 e 60 mc./anno
- tariffa base, per consumi da 60 a 150 mc./anno
- I eccedenza, per consumi da 150 a 240 mc./anno
- II eccedenza, per consumi oltre 240 mc./anno.

La tariffa agevolata è applicata ai consumi di tutte le abitazioni private sino ai primi 60 mc.. Superato tale consumo, al surplus si applica la tariffa base, e così via. I quantitativi sono considerati per nucleo abitativo.

Le tariffe si riferiscono all'intero Servizio Idrico Integrato, cioè all'insieme dei servizi di acquedotto, fognatura e depurazione.

Tutti i servizi, le forniture del Gestore agli Utenti e gli importi delle tariffe sono soggette ad IVA nella misura di legge.

Le tariffe delle Utenze situate in Comuni appartenenti alle Comunità Montane, con esclusione del Canone di fruizione del SII, sono ridotte del 5%.



**A.M.A.G. spa**  
Via Damiano Chiesa, 18  
15100 Alessandria  
Registro Imprese di Alessandria,  
C.F. e P.IVA 01830160063

R.E.A. Alessandria 203067  
Cap.Soc. € 80.573.680,00 i.v.  
e-mail: amag@amag Alessandria.it  
http://www.amag Alessandria.it



GRUPPO AMAG

## Fattura Commerciale Servizio Acqua

**Intestatario:**

Bolletta n° :  
Data Emissione:  
Codice Utenza:  
Codice Utente:  
Periodo:  
Matricola contatore:  
Calibro:  
Deposito Versato:  
Stato:  
Modalità di pagamento:  
Addebito bancario S.B.F.

Codice da indicare per R.I.D.  
Codice SIA creditore:  
Tipo Codice Individuale:  
Codice cliente:

I Nostri uffici  
Sede di Alessandria:  
Via Damiano Chiesa, 18  
Dal Lunedì al Venerdì dalle  
Ore 8,10-12,00 e dalle  
Ore 14,15-15,30  
Tel. 0131/283611  
Sede di Acqui Terme:  
Corso Cavour, 40  
Mercoledì/Venerdì  
Ore 9,00-12,00  
Ore 14,15-15,30  
Tel. 0144/58343 – Uff. Amministrativo  
Tel. 0144/593711 – Uff. Tecnico

Servizio di Pronto Intervento  
Tel. 0131/236291  
Tel. 800/234504

### Codici IVA

**Scadenza:  
Importo:**
**Riepilogo addebiti/accrediti**

Descrizione	Importi	Codice I.V.A
Servizio Idrico Integrato		
Canone di fruizione SII		
Spese Postali		
Arrotondamento precedente		
Arrotondamento attuale		
IVA Totale		

**Dettaglio  
Costi**

**Totale Fattura**  
**Riepilogo I.V.A.**  
**Codice I.V.A Imponibile Imposta Importo**

**Totali**  
Iva ad esigibilità immediata.

**Ubicazione utenza:**



## Dettaglio Calcolo Bolletta Servizio Acqua

### Periodo di bollettazione:

#### Letture rilevate:

Giorni in periodo:  
 Giorni tra le letture:  
 Lettura attuale (m<sup>3</sup>):  
 Consumo (m<sup>3</sup>):  
 Totale consumo (m<sup>3</sup>):  
 Consumo già fatturato in acconto (m<sup>3</sup>):  
 Consumo impegnato (m<sup>3</sup>):  
 Consumo da fatturare (m<sup>3</sup>):

#### Suddivisione consumi per tariffa:

	1° periodo		2° periodo	
	m <sup>3</sup>	Importo	m <sup>3</sup>	Importo
Tariffa agevolata				
Tariffa base				
1 <sup>a</sup> Fascia				
2 <sup>a</sup> Fascia				
<b>Totale</b>				<b>Totale</b>

#### Canone fruizione S.I.I.:

	GG	€/giorni	Canone Fruizione
1° Periodo			
2° Periodo			
<b>Totale</b>			

Tariffe applicate, comprensive di acquedotto, fognatura e depurazione

#### TARIFE DAL 01/01/2006 SERVIZIO IDRICO INTEGRATO-ATO6 ALESSANDRINO

Da m <sup>3</sup>	A m <sup>3</sup> /anno	Descrizione	Fog. €/m <sup>3</sup>	Dep. €/m <sup>3</sup>	Ven. Acqua €/m <sup>3</sup>	Totale €/m <sup>3</sup>	Usi
0	60	Tar. Agevolata	0,077602	0,177376	0,299322	0,554300	D.
61	150	Tar. Base	0,129038	0,294944	0,497718	0,921700	D.-ND.-V.-ENTI
0	?	½ Tar. Base	0,064512	0,147456	0,248832	0,460800	Agr.-Zootec.
151	240	1 <sup>a</sup> Eccedenza	0,162106	0,370528	0,625266	1,157900	D.
151	240	1 <sup>a</sup> Eccedenza	0,211498	0,483424	0,815778	1,510700	ND.-V.
241	?	2 <sup>a</sup> Eccedenza	0,211498	0,483424	0,815778	1,510700	D.
241	?	2 <sup>a</sup> Eccedenza	0,229138	0,523744	0,883818	1,636700	ND.-V.

Canone Fruizione S.I.I. c. 24,00 Uso Domestico per U.I.

Canone Fruizione S.I.I. c. 48,00 Uso non Domestico

Nel caso di erogazione disgiunta delle componenti del servizio le tariffe sono applicate secondo la tabella sopra indicata.

## MODALITÀ DI FATTURAZIONE

L'accertamento dei consumi di acqua potabile viene effettuato, di norma, annualmente con la lettura del contatore; nei casi in cui il personale del Gestore non la effettui, l'Utente può provvedere a trascriverla su un'apposita cartolina. I volumi rilevati dal contatore dell'acqua potabile sono gli stessi in base ai quali viene calcolata anche la tariffa relativa al servizio fognatura e depurazione.

Il pagamento dei consumi avviene mediante l'emissione di non più di due fatture di acconto e di una fattura di conguaglio.

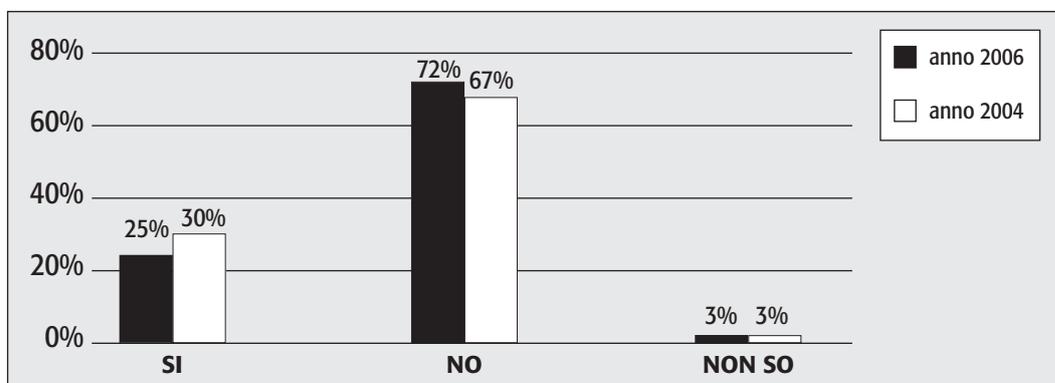
Gli *importi in acconto* vengono determinati sulla base dei consumi storici annui, rilevati negli anni precedenti, mentre l'*importo a conguaglio* è calcolato sulla differenza tra il consumo rilevato all'ultima lettura effettuata e gli acconti versati. Nelle fatture è sempre compreso, in quota parte, il Canone di fruizione del servizio.

## CONTINUITÀ NELL'EROGAZIONE DEL SERVIZIO

Al fine di testare la qualità del servizio fornito all'Utenza dal Gestore, un altro indicatore importante da indagare è quello della continuità nell'erogazione dell'acqua potabile.

Il 72% degli intervistati dichiara di non aver avuto interruzioni del servizio durante il 2006, dato perfettamente in linea con quello del 2004 (graf. 38).

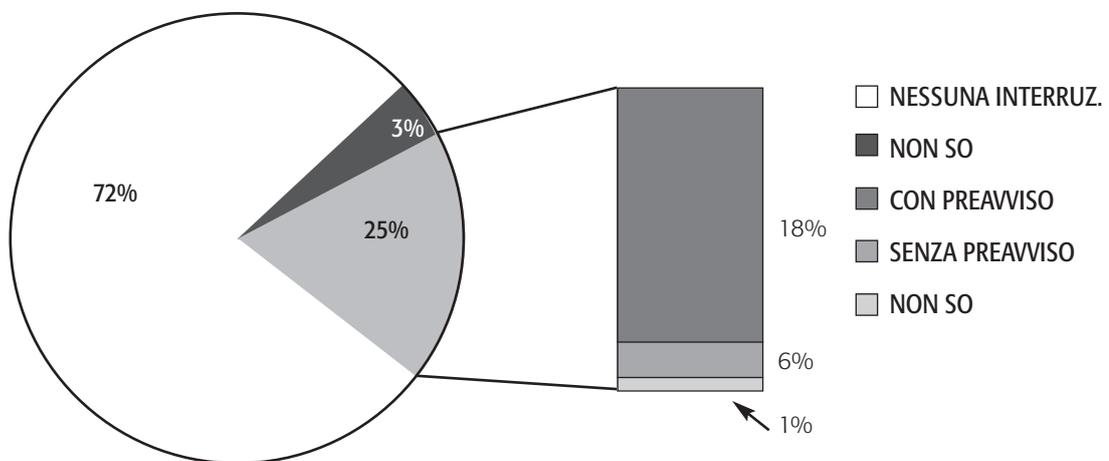
**Graf. 38 - "DURANTE L'ANNO HA AVUTO INTERRUZIONI DI SERVIZIO?": COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



La larga maggioranza di coloro che affermano di aver riscontrato una non continuità riconosce inoltre che tali interruzioni sono state precedute da specifica comunicazione (18%) (graf. 39).

Il 6% dichiara di non essere stato preventivamente avvisato o, comunque, per stessa ammissione di gran parte del campione, non è venuto a conoscenza di tali avvisi, forse per disattenzione ovvero a causa di marginali collocazioni di alcune abitazioni - case sparse e lontane dal centro abitato.

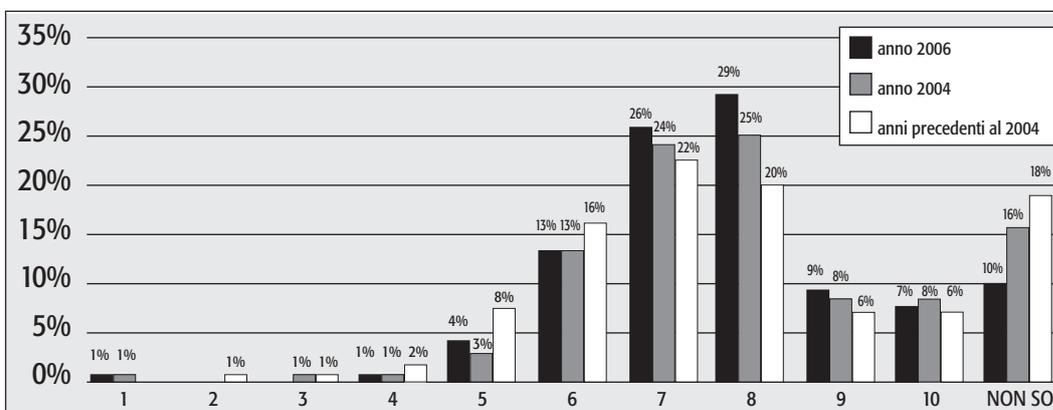
**Graf. 39 - MODALITÀ DELLE INTERRUZIONI**



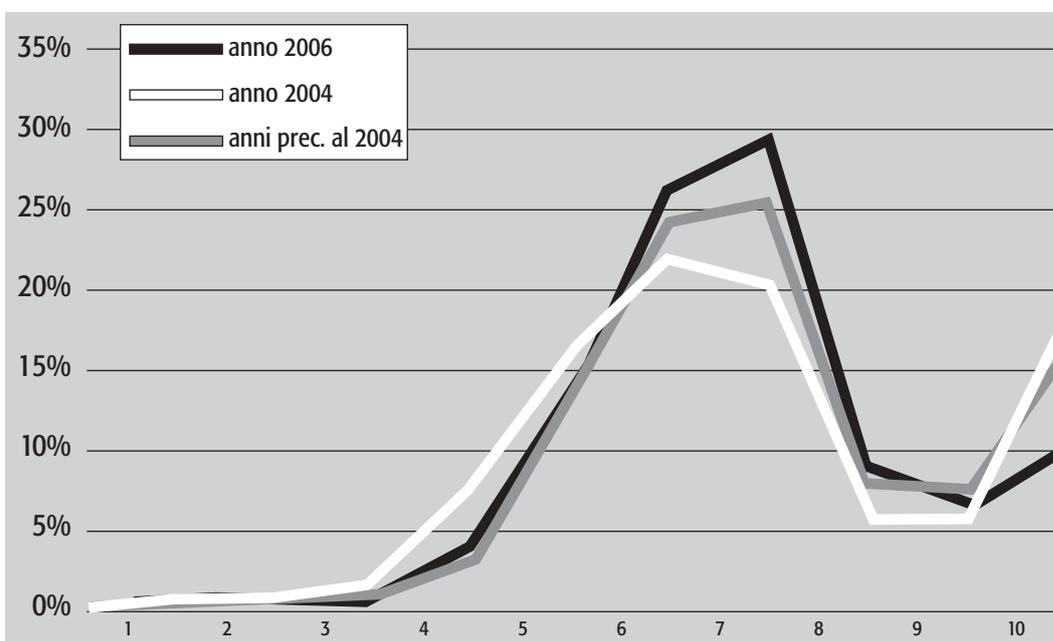
### UN VOTO PER IL SII

Per rispondere all'esigenza di stimare nel modo più realistico possibile la percezione della qualità del SII nel suo complesso, nel 2004 si è chiesto al campione di valutare con due voti, uno relativo all'anno in corso, l'altro riassuntivo degli anni precedenti, il servizio erogato. I valori medi dei voti hanno avuto ed hanno lo scopo di monitorare nel tempo l'andamento del gradimento degli Utenti. Dalla domanda "Complessivamente, come valuta con un voto da uno a dieci, il servizio di acquedotto, fognatura e depurazione" posta al campione nel 2004 e nel 2006 risulta, in entrambi i casi, una media che si attesta sul 7.4. Tale valore, paragonato a quello attribuito al servizio per gli anni precedenti (valore medio 7), pare sostanzialmente immutato (graf. 40-41).

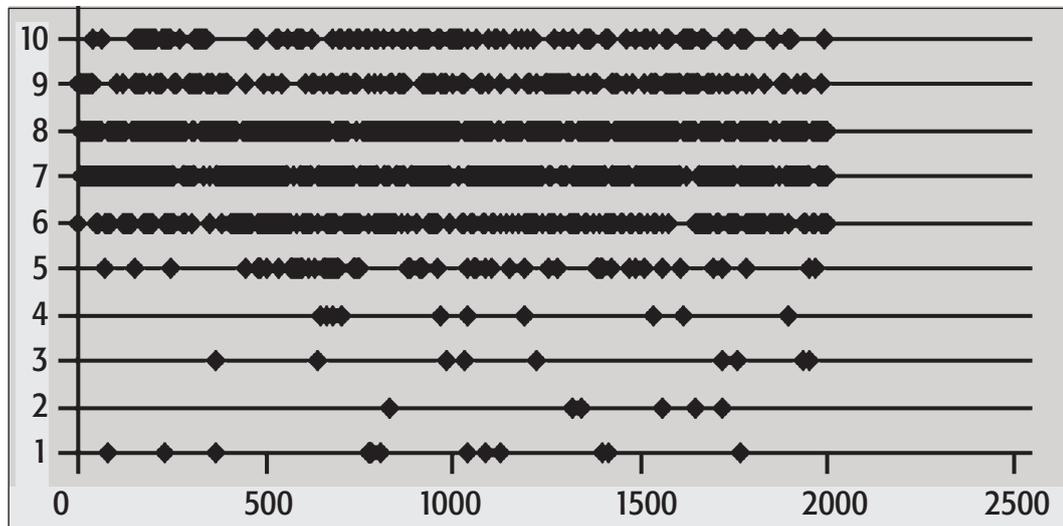
**Graf. 40,41 - "COMPLESSIVAMENTE, COME VALUTA CON UN VOTO DA 1 A 10, IL SERVIZIO DI ACQUEDOTTO, FOGNATURA E DEPURAZIONE PER L'ANNO 2006" COMPARAZIONE DATI ANNI PRECEDENTI**



Dalla rappresentazione grafica della dispersione dei voti 2006 assegnati dal campione si sottolinea come la maggioranza dei valori si posizioni decisamente al di sopra della sufficienza (graf. 42).



**Graf. 42 - DISPERSIONE DEI VOTI ASSEGNATI AL SII DAL CAMPIONE INTERVISTATO**



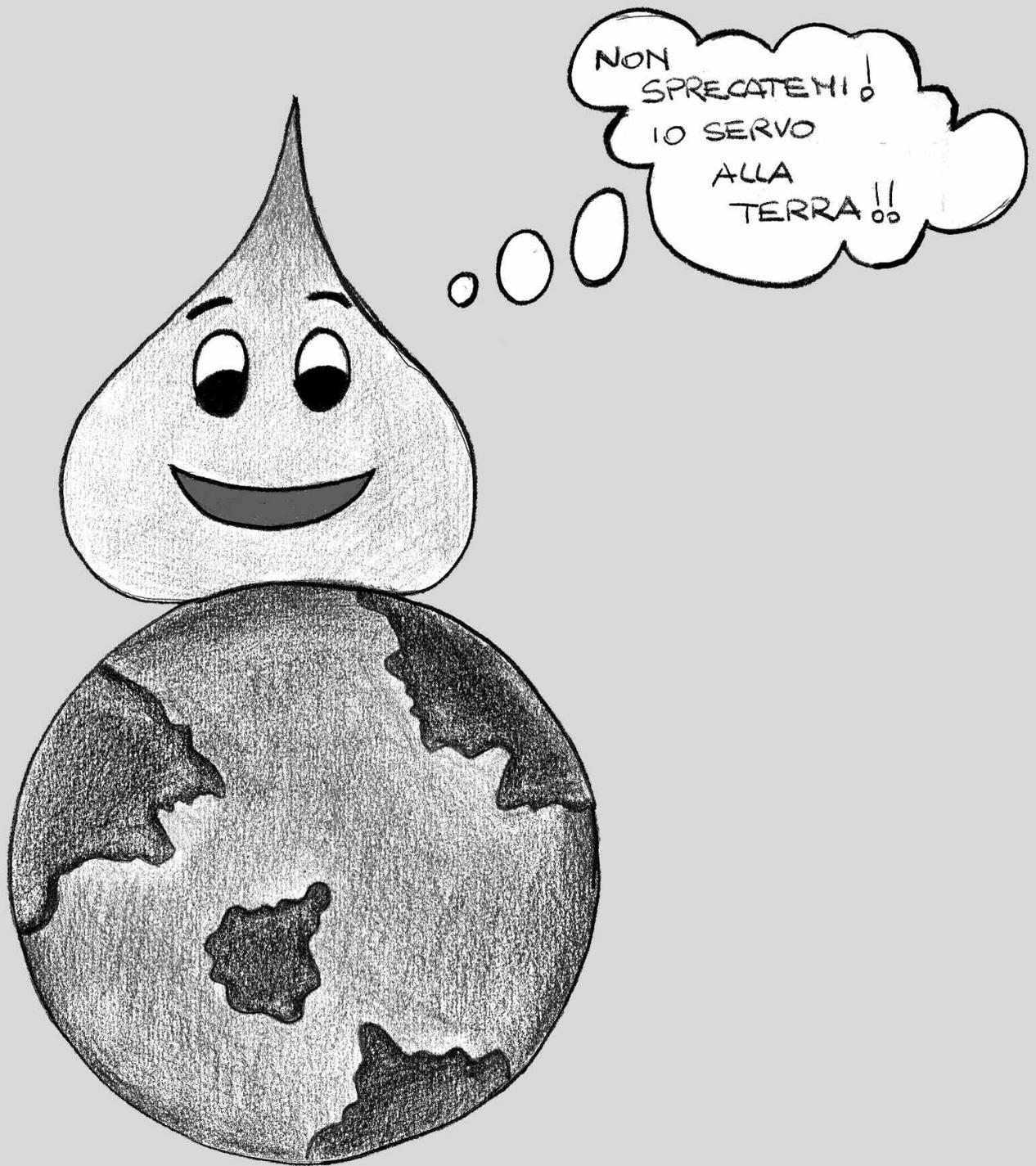
Tale fenomeno trova ulteriore conferma nel calcolo dello scarto quadratico medio, che consente appunto di valutare di quanto i singoli dati si distacchino da un valore medio, che risulta tanto più piccolo quanto più i singoli dati sono prossimi al valore medio.

Nel caso in esame il valore dello scarto quadratico medio si attesta intorno ad un indice di 0.04, risultato che evidenzia una sostanziale uniformità dei giudizi espressi dal campione, riconfermando, quindi, come la media ottenuta non sia la risultante di situazioni di eccellenza (voto 10) e di situazioni di assoluta carenza di servizio (voto 1).

I risultati ottenuti, decisamente positivi, testimoniano una sufficientemente omogenea percezione del servizio da parte di tutti gli Utenti, e dimostrano come il SII venga nel suo complesso apprezzato dai fruitori dello stesso, che con il proprio voto confermano di condividerne le caratteristiche peculiari, l'organizzazione e la gestione.



1° Customer  
dei bambini  
nell'ATO6  
"Alessandrino"



**L'ACQUA**

The word "L'ACQUA" is written in a bold, blocky, hand-drawn font. Below the letters, several small, teardrop-shaped water droplets are falling, suggesting rain or water dripping from the text.

## 1° CUSTOMER DEI BAMBINI NELL' ATO6 "ALESSANDRINO"

Nel 2005, l'ATO6 ha intrapreso un'iniziativa rivolta alle classi 4° e 5° delle Scuole Elementari dei Comuni ricadenti nell'ATO6 "Alessandrino".

La campagna di comunicazione consisteva in un gioco didattico contenuto in un opuscolo dal titolo "*Storia infinita di blublu*", una fiaba interattiva sul ruolo fondamentale dell'acqua nella vita degli esseri viventi.

L'iniziativa intendeva favorire ed incoraggiare la sensibilizzazione dei giovani alla tutela del patrimonio idrico, attraverso il coinvolgimento comune di scuole, territorio, enti ed istituzioni, sulla tematica dell'acqua.

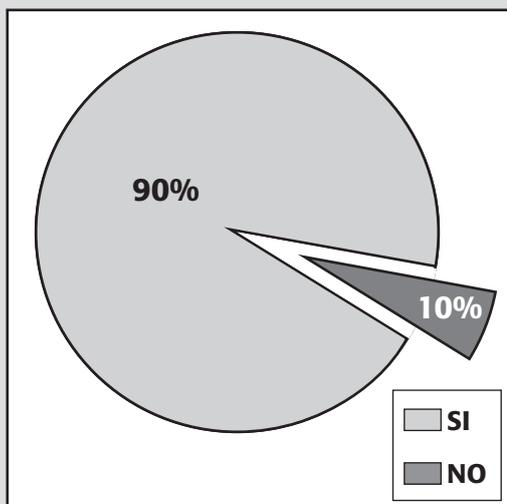
I ragazzi e gli insegnanti hanno accolto il progetto con entusiasmo e spirito creativo ed hanno aderito e collaborato attivamente allo svolgimento dello stesso, anche partecipando al concorso ad esso associato.

Tutti i numerosissimi elaborati pervenuti, 60 lavori didattici articolati in 3 Sezioni - creatività, poesia, memoria - sono stati esaminati attentamente da una commissione appositamente costituita dall'ATO6, che ha individuato tre elaborati, uno per ciascuna sezione, a cui assegnare i premi previsti dal Regolamento del Concorso.

Contestualmente all'opuscolo, è stato distribuito ai bambini un questionario con 8 domande sull'acqua ed il suo utilizzo, che è stato da loro stessi compiutamente compilato e riconsegnato all'ATO6.

I circa 1.000 questionari restituiti sono stati oggetto di analisi, e i risultati ottenuti sono stati rielaborati con cura e vengono di seguito presentati con brevi note di commento e di confronto con la Customer Satisfaction degli adulti.





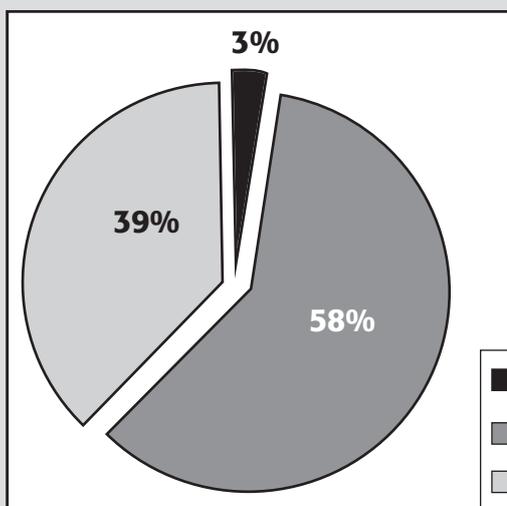
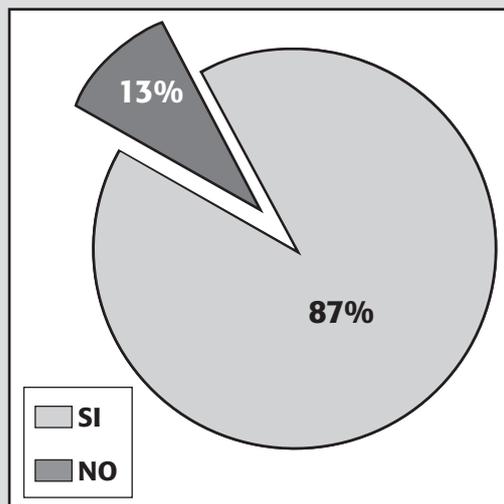
### A CASA TUA L'ACQUA POTABILE ARRIVA SEMPRE?

Secondo i bambini dell'ATO6 l'acqua arriva con continuità nelle loro abitazioni. Questo risultato rispecchia quello ottenuto dall'indagine compiuta con gli adulti (pag. 47).

### L'ACQUA POTABILE DI CASA TUA E' BUONA?

I piccoli Utenti affermano che l'acqua che sgorga dai rubinetti delle loro case è buona.

Nonostante nella Customer Satisfaction la domanda circa la qualità dell'acqua sia stata posta in modo più articolato, è possibile, paragonando i risultati, evidenziare una sostanziale omogeneità nei pareri espressi (pag. 21).

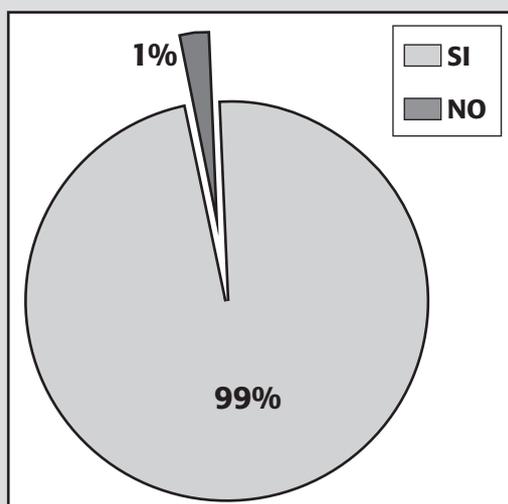
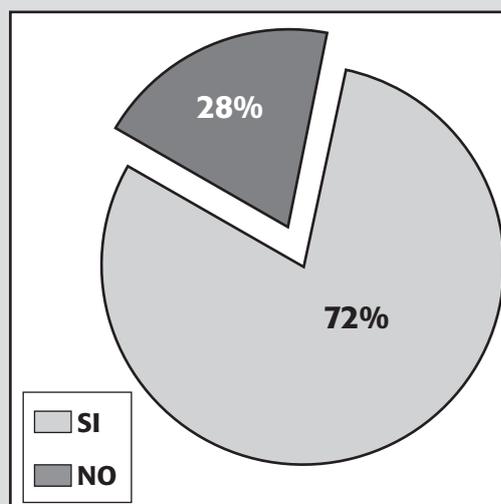


### NELLA TUA FAMIGLIA BEVETE ACQUA: RUBINETTO MINERALE ENTRAMBE

Così come gli adulti (pag. 24), i bambini bevono soprattutto acqua in bottiglia, anche se una buona percentuale afferma di consumarle entrambe.

### NELLA TUA FAMIGLIA ABITUALMENTE SI CONSUMA MOLTA ACQUA?

I giovani intervistati mostrano di prestare particolare attenzione alle quantità di acqua quotidianamente utilizzate: ritengono infatti rilevante il consumo abituale d'acqua in famiglia, mentre la larga maggioranza degli adulti afferma di non consumarne in eccesso (pag. 38).

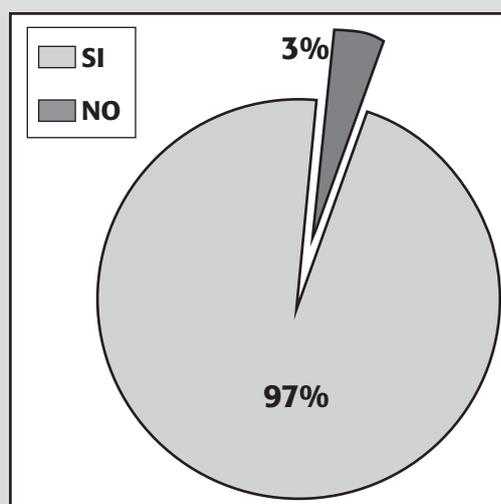


### SECONDO TE E' IMPORTANTE RISPARIARE L'ACQUA?

I piccoli Utenti dimostrano, così come gli adulti (pag. 38), una grande sensibilità nei confronti della risorsa "acqua" e della sua conservazione, dichiarando per la quasi totalità di ritenere importante il suo risparmio.

### SECONDO TE SE NE POTREBBE RISPARIARE UN PO'?

I bambini ritengono che sia possibile, con piccoli accorgimenti, risparmiare acqua. A coloro che hanno risposto positivamente, abbiamo domandato di specificare in che modo.



### SE LA RISPOSTA È SÌ, INDICA IN CHE MODO:

Le risposte dei bambini, a volte anche fantasiose, rispecchiano una genuina attenzione nei gesti quotidiani alla conservazione della risorsa e alla sua protezione.

#### ECCO I LORO UTILI CONSIGLI:

- Chiudere i rubinetti durante tutte le attività quotidiane, in particolare mentre ci si insapona e ci si lava i denti, mentre si lavano i piatti, le verdure...

---

- Utilizzare elettrodomestici, quali lavatrice e lavastoviglie, a pieno carico

---

- Chiudere bene i rubinetti, non facendoli sgocciolare

---

- Cambiare le tubature usurate e controllare che non ci siano perdite

---

- Raccogliere l'acqua piovana per innaffiare

---

- Non giocare con l'acqua

---

- Per bere acqua fresca, riporre l'acqua nel frigorifero, piuttosto che farla scorrere per lungo tempo

---

- Fare la doccia invece del bagno

---

- Stare poco sotto la doccia

---

- Regolare il getto del rubinetto in modo moderato

---

- Mettere meno piscine e fontane

---

- Riciclare l'acqua utilizzata in cucina, per esempio per bagnare i fiori

---

- Limitare l'utilizzo dell'acqua per bagnare orti e giardini, ed in generale in agricoltura

---

#### ... E QUELLI PIÙ BIZZARRI:

- Lavare poco la macchina e il cane

---

- Lavarsi meno

---

- Bere acqua solo quando è necessario

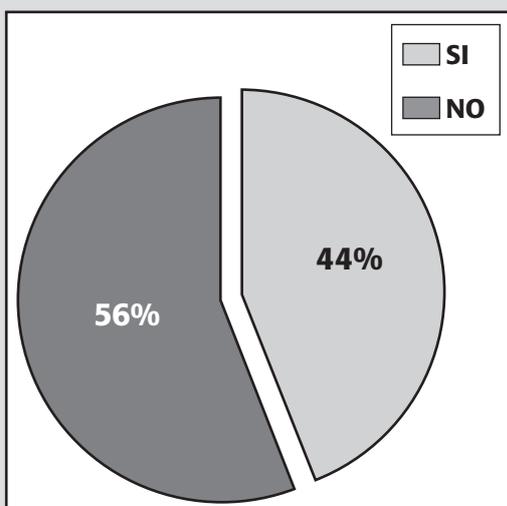
---

- Non sprecare energia elettrica perché è fatta con l'acqua

---

- Fare meno la pasta

---



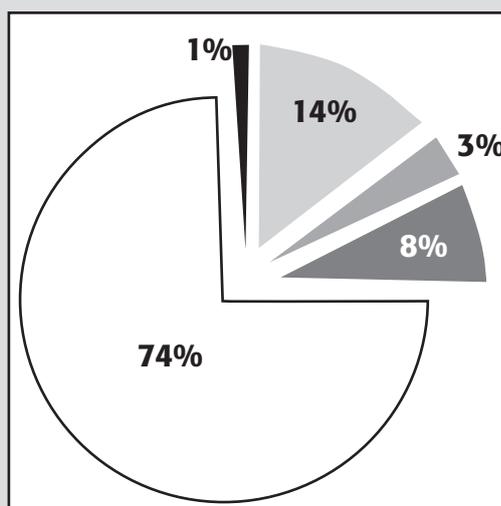
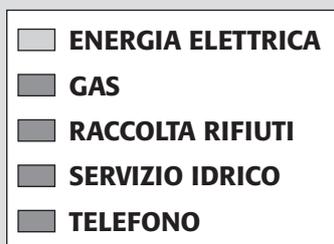
#### NELLA TUA FAMIGLIA UTILIZZATE L'ACQUA POTABILE PER INNAFFIARE ORTO E GIARDINO?

Il 44% dei bambini che hanno compilato il questionario affermano che nella propria famiglia l'acqua potabile è utilizzata anche per bagnare orto e giardino.

Tale percentuale è decisamente superiore a quella ottenuta ponendo la medesima domanda agli Utenti adulti dell'ATO6 (28%) (pag. 37).

#### TRA I SERVIZI ELENCATI, QUAL È IL PIÙ IMPORTANTE?

I piccoli Utenti individuano l'acqua come servizio più importante, seguito da energia elettrica, raccolta rifiuti, gas e telefono.



#### HAI QUALCHE SUGGERIMENTO DA DARCI?

Ai bambini è stato chiesto, infine, di sviluppare qualche nuova idea relativa all'acqua.

Ecco i suggerimenti avanzati dai piccoli, riassunti in 10 punti:

1. Usare meno acqua perché non manchi in futuro, risparmiarla chiudendo il rubinetto nelle attività quotidiane, mettendo dei sensori/dispositivi nel rubinetto per evitare lo spreco, *non sprecare acqua nelle fabbriche*

2. fare altre iniziative divertenti e significative come questa, continuare a fare pubblicità (tv, radio, giornali, manifesti) perché tutti imparino a risparmiare acqua, sensibilizzare la popolazione con ogni mezzo, insegnare ai bambini l'importanza dell'acqua, dare informazione e preparare un documentario per le scuole, far sapere che l'acqua si sta consumando/esaurendo (bene scarso)
3. tenere bene l'acquedotto, pulito e in buono stato, controllare il servizio idrico, mantenere la rete idrica in efficienza, aggiustare le perdite, rinnovare le tubature dell'acquedotto e controllare le perdite, costruire bene le tubature anche per le emergenze, depurare e controllare meglio le fognature, interrompere meno l'erogazione dell'acqua e analizzarla
4. diminuire l'odore di cloro, avvertire quando si fanno i lavori, *così l'acqua non arriva sporca*
5. bere l'acqua del rubinetto
6. non giocare con l'acqua
7. non inquinare i fiumi da cui si prende l'acqua per bere, preservare le fonti, inquinare l'acqua il meno possibile, non inquinare con detersivi, rispettare l'ambiente
8. mettere più depuratori per poter riciclare l'acqua, raccogliere l'acqua piovana e usarla per bagnare l'orto, creare invasi per usare l'acqua quando c'è siccità e non innaffiare il giardino, bagnare i giardini con l'acqua non potabile, non sprecare l'acqua per bagnare le piante, riciclare l'acqua depurata per l'agricoltura, usare l'acqua potabile per usi domestici
9. portare l'acqua nei paesi poveri, dove non c'è, pensare ai bambini che non ne hanno, *"senza acqua non c'è vita"*
10. punire chi inquina, *fare una legge e multe a chi spreca*, rispettare i controlli

Dall'analisi degli elaborati pervenuti a questa ATO6, come risultato della partecipazione al concorso sopra citato, e dai questionari compilati, emerge chiaramente che l'acqua è percepita dai bambini come una risorsa da salvaguardare, partendo dai loro piccoli gesti quotidiani, come il gioco, fino ad arrivare ad azioni di solidarietà nei confronti di popoli lontani. La profondità e la perspicacia mostrata dalle nuove generazioni dimostra che le opere di sensibilizzazione attuate da scuola, territorio, enti e istituzioni sullo stato della risorsa oggi e sul suo futuro, sono un ottimo strumento di azione e informazione comune.

Le parole dei bambini, tradotte in poesia, descrivono infine, forse nel migliore dei modi, le loro emozioni nei confronti dell'acqua che diventa così "amica". Di seguito ne riportiamo alcune, scelte fra le numerosissime da noi ricevute proprio in occasione dell'iniziativa "Storia infinita di Blublu".

# L'ACQUA È VITA



**QUANDO L'ACQUA CADE IN MARE**

*Quando l'acqua cade in mare  
si scoglie forse tutto il sale?  
Quando scende giù dal monte  
se scompare dove si nasconde?  
L'acqua che scende giù dal cielo  
perché si forma, per me è un mistero.  
L'acqua che bolle perché fa il vapore?  
Me lo spieghi tu Signore?  
Adesso lo chiedo a mio papà  
Perché tante cose lui sa!*

Scuola Primaria Statale di Rocca Grimalda, Classe 5<sup>a</sup>

**L'ACQUA È...**

*L'acqua è importante  
La beve l'elefante  
La beve la marmotta  
Nascosta nella grotta.  
"l'acqua è essenziale"  
è scritto sul giornale  
raccogli ogni goccia  
fiorirà anche la roccia.*

Scuola Primaria Statale di Gavi, Classe 5<sup>a</sup> A

## ACQUA PIOVANA

Sono nel letto  
Non dormo e sento  
Fru, fru, scii...  
Fra gli alberi, è il vento

Ascolto nel torpore  
Bum bum tum...  
E vedo un bagliore  
Illuminare tutto

Tic, tic, toc...  
Mi alzo, ho paura  
Chi bussa ai vetri?  
E sbircio da una fessura.

Plof, plof... ciof...  
È l'acqua amica  
Che inaffia, lava  
E l'aria purifica.

Plaf, tic, toc...  
Al suono mi addormento  
L'acqua è un dono  
E sono contento.

Scuola Primaria Statale  
di Serravalle Scrivia, Classe 4<sup>a</sup> A



Scuola Primaria Statale  
di Arquata Scrivia  
classe 5<sup>a</sup> B



## L'ACQUA E L'INQUINAMENTO

*Vorrei che i pesticidi  
Venissero scambiati con insetti,  
vorrei che le industrie  
non gettassero tanti rifiuti,  
vorrei che i detersivi  
non fossero tossici  
vorrei che gli uomini  
non buttassero nel fiume i rifiuti.  
Se l'inquinamento fosse ridotto  
L'acqua sarebbe più felice  
E viaggerebbe tranquilla  
E pulita in un ambiente sano.*

Scuola Primaria Statale di Stazzano, Classe 4<sup>a</sup> A

## L'ACQUA

*L'acqua nasce nei ruscelli  
E scende giù dai monti;  
casca sui sassi, e scroscia  
e fruscando fra i massi  
cade giù dalle cascate.  
L'acqua scende giù  
Nelle valli  
E lascia i ruscelli  
Formando il fiume  
E poi il lago.  
L'acqua sbatte contro i sassi  
Che trova nella sua corsa  
Poi quando arriva nelle anse  
Calma scorre  
E raggiunge il mare.*

Scuola Primaria Statale di Stazzano, Classe 4<sup>a</sup> A

# Indice

<b>INTRODUZIONE</b>	<b>3</b>
<b>L'AUTORITÀ D'AMBITO</b>	<b>5</b>
Cos'è l'Autorità d'Ambito .....	pag. 5
<b>L'ATO6 ALESSANDRINO</b>	<b>7</b>
Inquadramento generale .....	pag. 7
Dati infrastrutturali .....	pag. 7
<b>STRUMENTI E METODOLOGIE PER LA REALIZZAZIONE DELLA RICERCA</b>	<b>9</b>
Perchè la Customer Satisfaction sul servizio idrico? .....	pag. 9
Questionario .....	pag. 10
Perchè il telefono? .....	pag. 13
Il campionamento .....	pag. 14
<b>SVOLGIMENTO DELL'INDAGINE</b>	<b>15</b>
Il periodo .....	pag. 15
Le telefonate .....	pag. 15
<b>CARATTERISTICHE SOCIO-ECONOMICHE DEL CAMPIONE INTERVISTATO</b>	<b>17</b>
Sesso e occupazione del campione intervistato .....	pag. 17
Numero componenti del nucleo familiare .....	pag. 19
Età del campione .....	pag. 19
Disponibilità ad un nuovo contatto .....	pag. 20
<b>LA RISORSA ACQUA</b>	<b>21</b>
La qualità dell'acqua potabile .....	pag. 21
La percezione della qualità dell'acqua potabile .....	pag. 21
Il calcare .....	pag. 23
Acqua potabile o acqua minerale? .....	pag. 24
La spesa per l'acqua .....	pag. 28
Le spese per l'acqua a confronto .....	pag. 32
Le proposte dell'ATO6 .....	pag. 33
Le fontanelle erogatrici di acqua potabile .....	pag. 34
Informazioni aggiuntive contestuali alla bolletta .....	pag. 36
Politiche di risparmio idrico .....	pag. 37
<b>LA GESTIONE DEL SERVIZIO IDRICO INTEGRATO</b>	<b>41</b>
La bollettazione .....	pag. 43
La bolletta dell'Ato6 .....	pag. 44
Modalità di fatturazione .....	pag. 47
Continuità nell'erogazione del servizio .....	pag. 47
Un voto per il SII .....	pag. 48
<b>I° CUSTOMER DEI BAMBINI NELL'ATO6 "ALESSANDRINO"</b>	<b>51</b>
1° Customer dei bambini nell'Ato6 "Alessandrino" .....	pag. 51
Hai qualche suggerimento da darci? .....	pag. 57
Quando l'acqua cade in mare .....	pag. 60
L'acqua è... ..	pag. 60
Acqua piovana .....	pag. 61
L'acqua e l'inquinamento .....	pag. 62
L'Acqua .....	pag. 62

