

***Denominazione dell'Ente Gestore:***

HATTIVA  
COOPERATIVA SOCIALE ONLUS

***Sede operativa:***

Via Micesio, 31

**Cap** 33100 UDINE

**Telefono:** 0432/294417 - **fax:** 0432/294417

**e-mail:** progetti@hattiva.org

**internet:** www.hattiva.org

www.infohandicap.org

***Titolo del Progetto:***

Centro InfoHandicap

***Responsabile del Progetto:***

Dott.ssa Paola Benini

***Responsabile del Centro:***

Dott. Antonio Bondavalli

***Collaboratori:***

Dott.ssa Sandra Odorico

Dott. Vittorio Miranda

## INDICE

- Premessa** **pag. 4**
- 1. Prima fase: Progettazione, ricerca e documentazione** **pag. 4**
- 1.1 Studio e ricerca risorse su internet
  - 1.2 Redazione documento programmatico
  - 1.3 Ricognizione Sportelli InfoHandicap nazionali
  - 1.4 Mappatura risorse locali
- 2. Seconda fase: Formazione degli operatori** **pag. 6**
- 2.1 Organizzazione percorso formativo
- 3. Terza fase: Strutturazione del Servizio** **pag. 7**
- 3.1 Costituzione della rete di partenariato
  - 3.2 Costituzione degli strumenti operativi
- 4. Quarta fase: Divulgazione e gestione sperimentale del Servizio** **pag. 9**
- 4.1 Ideazione e stampa di logo, depliant, buste e locandine
  - 4.2 Inaugurazione del Servizio e attività di ufficio stampa
  - 4.3 Divulgazione e promozione del Servizio
  - 4.4 Personale in Servizio
  - 4.5 Gestione sperimentale del Servizio
- 5. Attività di monitoraggio, ricerca e valutazione** **pag. 12**
- 5.1 Dati statistici sull'attività del Centro
    - 5.1.1 Tipologia dell'utenza
    - 5.1.2 Settori di richiesta
    - 5.1.3 Modalità di conoscenza del Servizio
    - 5.1.4 Tipologia richieste e risposte

5.2 Indagine sugli InfoHandicap in Italia

5.3 Indagine di valutazione della Qualità del Servizio

5.3.1 Il quadro teorico di riferimento

5.3.2 Il disegno di ricerca

5.3.3 Gli obiettivi di indagine

5.3.4 La creazione del questionario

5.3.5 Il Campione di distribuzione, la Somministrazione e la Raccolta del questionario

5.3.6 Caratteristiche degli Intervistati

5.3.7 Soddisfazione percepita dall'utenza del Centro InfoHandicap

5.3.8 Soddisfazione percepita dall'utenza della risposta demandata

**6. Osservazioni, riflessioni e orientamenti futuri pag. 33**

**Bibliografia pag. 36**

**Allegati**

## **PREMESSA**

In ottemperanza a quanto previsto dall'art. 6, comma b del Foglio Condizioni sottoscritto dalle parti per la realizzazione del progetto InfoHandicap (determinazione n. 274 del 27/09/04, prot. n. 101407/04) presentiamo di seguito **relazione finale** delle attività svolte al termine del primo anno di attività. Per rendere il presente documento esaustivo e completo, esso riporta e aggiorna le notizie riportate nelle precedenti due relazioni.

## **1 – PRIMA FASE: PROGETTAZIONE, RICERCA E DOCUMENTAZIONE**

### **1.1 STUDIO E RICERCA RISORSE SU INTERNET**

Il primo passo fatto è stato quello di ricercare su internet dei link e siti riferiti al mondo della disabilità, esaminando situazioni e progetti simili a quello in oggetto. E' stato così dato avvio ad una corposa attività di studio e di conoscenza di tutte le tematiche relative all'Handicap, per ampliare gli orizzonti e creare il *know how* necessario al corretto funzionamento del servizio.

### **1.2 REDAZIONE DOCUMENTO PROGRAMMATICO**

E' stato successivamente formulato un documento di programma triennale per la strutturazione, l'avvio e lo sviluppo dello Sportello InfoHandicap della Provincia di Udine contenente riflessioni, motivazioni, orientamenti ed elementi pianificatori dello stesso.

Tale documento è stato consegnato ad avvio di progetto dalla scrivente all'Assessore alle politiche sociali della Provincia di Udine, Fabrizio Cigolot e alla dirigente competente, dott.ssa Loredana Ceccotti, per rinforzare sinergie e condividere orientamenti e modalità di lavoro.

### **1.3 RICOGNIZIONE SPORTELLI INFOHANDICAP NAZIONALI**

Nel mese di Settembre 2004 sono stati visitati tre Sportelli InformaHandicap e Centri di Informazione sull'Handicap, tutti nella Regione Emilia-Romagna, culla di cultura e sensibilità sociale, tale da essere in più sedi citata come riferimento tangibile di impegno nel mondo del Sociale e del Terzo Settore. Bologna, Ferrara e Modena hanno fornito spunti, indirizzi e modalità di lavoro indispensabili per impostare le attività del Centro.

Si rammenta che in Emilia-Romagna sono molti i Centri Risorse e Documentazione, oltre che di Informazione, che si occupano specificatamente di Handicap; e molti sono i Centri presenti sullo stesso territorio provinciale che lavorano in sinergia e collaborazione, scambiandosi notizie ed informazioni, che poi vengono messe a disposizione di chiunque ne faccia richiesta. Attività principale di questi Sportelli è la messa in rete di informazioni, ma accanto a questo lavoro, vi è pure lo sforzo di essere propositivi e di supporto anche nell'elaborazione di direttive regionali ad hoc. Gli Informahandicap visitati hanno sviluppato capacità organizzative, di raccordo e di interpretazione di grande rilievo, acquisendo competenze trasversali importanti nel variegato e complesso ambito della disabilità. Nel mese di gennaio 2005 è stato visitato, infine, lo sportello Informahandicap della Provincia Autonoma di Trento che ha permesso un ulteriore approfondimento e scambio di riflessioni, modalità di lavoro e informazioni.

#### **1.4 MAPPATURA RISORSE LOCALI**

Tra ottobre e novembre 2004 è stato messo a punto un questionario (*allegato 1*) per creare una approfondita e aggiornata guida dei servizi pubblici e del privato sociale in risposta alla disabilità.

Si è trattato di un passaggio indispensabile per conoscere direttamente e correttamente le realtà presenti sul territorio e per avere quelle informazioni, rilevate dal questionario, necessarie al corretto funzionamento del Centro InfoHandicap. Dapprima il questionario è stato testato a campione e quindi, con lettera accompagnatoria (*allegato 2*), rivolto ad associazioni, cooperative, enti del terzo settore in genere, presenti in gran parte sul territorio dell'udinese e della prima periferia che, a vario titolo, operano in favore delle persone disabili.

Di questi questionari i  $\frac{3}{4}$  sono stati restituiti e compilati nella loro interezza. Si presuppone che almeno la metà di quelli non restituiti siano stati inviati a strutture da non considerarsi operanti in senso stretto nell'area handicap. Sinteticamente con la raccolta dei dati ci si è posti l'obiettivo di capire "*Chi fa che cosa, e a favore di chi*".

La mappatura oggi, in una logica di continua crescita e conoscenza, è in continuo aggiornamento ed implementazione e si sta rivolgendo, attualmente, ai territori più periferici della nostra Provincia.

## **2 - SECONDA FASE: FORMAZIONE DEGLI OPERATORI**

### **2.1 ORGANIZZAZIONE PERCORSO FORMATIVO**

Data la notevole complessità e la trasversalità del servizio, sia per quello che riguarda i contenuti, sia per quello che riguarda la progettazione e la gestione degli strumenti operativi, ad una prima fase formativa condotta contestualmente all'attività di ricerca si è reso necessario un continuo aggiornamento degli operatori del Centro, soprattutto grazie agli ausili informatici e ai continui contatti con le realtà operanti non solo sul territorio provinciale, ma anche regionale e nazionale.

Pertanto, ai diversi percorsi di formazione in senso stretto tenuti da differenti Enti, fra i quali il Comune di Udine, l'Agenzia delle Entrate, l'A.C.I. (Automobile Club Italia) e il P.R.A. (Pubblico Registro Automobilistico), l'INAIL, ecc. sono stati affiancati altri momenti informali di conoscenza, approfondimento e di reciproco scambio di informazioni.

## **3 - TERZA FASE: STRUTTURAZIONE DEL SERVIZIO**

### **3.1 COSTITUZIONE DELLA RETE DI PARTENARIATO**

Molti e proficui sono stati i contatti intercorsi fra il Centro InfoHandicap e gli attori operativi nell'ambito dei servizi ai disabili.

Grosso interesse ha avuto da subito il disegno prospettato e le caratteristiche dello stesso. Collaborazione piena è stata dichiarata da tutti, protagonisti privati e pubblici, per la buona riuscita del Centro InfoHandicap; gli enti del Terzo Settore hanno visto nel "Progetto" un servizio innovativo in un *mare magno* in cui molto c'è da fare. Le risposte al questionario confermano questa impressione, rilevata nei molti colloqui avuti con il "Privato sociale". Molte sono state le adesioni ufficiali formulate attraverso numerose lettere di partenariato intestate al Centro. Fra queste si possono ricordare il Comitato di Coordinamento delle Associazioni Disabili della Provincia di Udine, l'ANMIC, la Comunità Piergiorgio, la Nostra Famiglia di Pasian di Prato ed altre ancora (*vedi allegato 3*);

L'ente pubblico in gran parte ha abbracciato il disegno in quanto rispondente ad esigenze non più prescindibili. Devolution, tagli al personale, difficoltà a trasmettere le informazioni, serietà del Progetto hanno fatto sì che molte Amministrazioni pubbliche aderissero anche in forma ufficiale alle attività proposte dal Centro. Ricordiamo: il Comune di Udine, l'Ambito Socio-Assistenziale n. 4.5 dell'udinese, l'A.S.S. n. 4 Medio Friuli, l'Università agli Studi di Udine, il C.S.A. (ex Provveditorato agli Studi di Udine), e ancora l'INAIL, la C.R.I. (Croce Rossa Italiana), l'A.C.I. (Automobile Club Italia), l'Autostrade per l'Italia. Con altri ancora il tutto è sfociato in veri e propri protocolli d'intesa, come per l'Agenzia delle Entrate ([www.agenziaentrate.it/dre/friuli/](http://www.agenziaentrate.it/dre/friuli/) "L'Ufficio di Udine ha siglato un protocollo d'intesa con l'Hattiva Società Cooperativa Sociale arl – ONLUS, al fine di offrire un contributo alla realizzazione di uno sportello unico per i cittadini diversamente abili"). (*vedi allegato 3*).

Con molte altre strutture il dialogo è aperto e fluente: sono stati attivati passaggi di informazioni, formalizzate collaborazioni, istituiti scambi di notizie e chiarimenti con ATER, Telecom, Enel, Amga, CAFC (Consorzio Acquedotto Friuli Centrale), INPDAP, ERDISU, TrenItalia, AlItalia, ecc.

### **3.2 COSTITUZIONE DEGLI STRUMENTI OPERATIVI**

Contestualmente alla fase di formazione sono stati messi a punto quegli strumenti operativi necessari al funzionamento del Centro InfoHandicap. Sinteticamente ci si è dotati di:

1. un *data base* contenente tutte le informazioni necessarie provenienti dalla rete;

2. un *archivio* con tutto il materiale informativo proveniente dalla mappatura delle risorse sul territorio;
3. un *numero verde* per fornire telefonicamente assistenza agli utenti;
4. una *posta elettronica* per rispondere a quesiti in via informatica;
5. un *sito internet* in fase di costruzione.

Inoltre, sono stati acquistati manufatti (porta depliant, striscioni, realizzazioni in 3D, ecc.) e attrezzature per l'ufficio (computer, stampante, telefono, cancelleria varia, ecc.), ed è stato costituito un gruppo di lavoro e di redazione per l'elaborazione, la diffusione e la divulgazione di *newsletter*.

## **4 – QUARTA FASE: DIVULGAZIONE E GESTIONE SPERIMENTALE DEL SERVIZIO**

### **4.1 IDEAZIONE E STAMPA DI LOGO, DEPLIANT, BUSTE E LOCANDINE**

Si è dato immediato avvio allo studio di un logo e di una immagine coordinata che potesse supportare la nascita di un nuovo servizio. La preferenza è stata data ad una grafica semplice e che ponesse al centro l'essere umano: il logo raffigura infatti un *omino* che incarna la "i" per eccellenza, quella della "i"nformazione.

Dallo studio del logo si è passati a quello del depliant (*allegato 4*). Anch'esso è caratterizzato da una comunicazione chiara ed immediata che, oltre a riportare una mappa stilizzata per facilitare l'accesso al Centro, ricorda i dati salienti: "*Chi siamo, cosa facciamo, a chi si rivolge il servizio*".

Sono stati stampati circa 100.000 depliant che in gran parte sono stati distribuiti ad Associazioni, Enti, Amministrazioni, ecc. Sono state stampate anche 10.000 buste per potere veicolare il messaggio (*allegato 5*) e in ultimo 1.000 locandine (*allegato 6*).

Si può, pertanto, asserire che da Tarvisio a Lignano, passando attraverso Aziende Sanitarie, Ambiti, Distretti, Comuni, Associazioni e privati cittadini il materiale promozionale sopra menzionato è stato capillarmente distribuito.

### **4.2 INAUGURAZIONE DEL SERVIZIO E ATTIVITÀ DI UFFICIO STAMPA**

In data 11 Aprile 2005 il Centro InfoHandicap ha ufficialmente iniziato l'attività con un'apertura quotidiana sui cinque giorni della settimana (dal lunedì al venerdì) con una presenza costante di almeno quattro ore e mezzo al giorno e con un orario piuttosto flessibile tale da potere venire incontro alle esigenze dell'utenza.

In occasione dell'inaugurazione, avvenuta in data 09/04/2005, sono stati invitati i principali interlocutori del nostro progetto (*allegato 7*) ed alcune "personalità" che hanno accettato di buon grado di partecipare all'inaugurazione. (*allegato 8*)

Vista l'importanza del messaggio del Centro InfoHandicap è stata attivata una collaborazione con un Ufficio Stampa che ha curato i rapporti con un gran numero di organi di stampa, testate giornalistiche, radio e televisione (*allegato 9*). Grande eco, quindi, ha avuto in questi mesi il Centro InfoHandicap con diversi passaggi, anche successivi all'inaugurazione, su testate giornalistiche e radio.

### **4.3 DIVULGAZIONE E PROMOZIONE DEL SERVIZIO**

I depliant del Centro InfoHandicap sono stati distribuiti nella Provincia di Udine sia in formato cartaceo che informatico.

Il cartaceo è stato consegnato a molte Associazioni che si occupano a vario titolo di disabilità nella Provincia di Udine con maggiore riguardo per quelle presenti sul territorio udinese fra i quali:

ENS (Ente Nazionale Sordomuti); UIC (Unione Italiana Ciechi); UILDM (Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare); AISM (Associazione Italiana Sclerosi Multipla), ANMIC (Associazione Nazionale Mutilati e Invalidi Civili); ANMIL (Associazione Nazionale Mutilati e Invalidi del Lavoro); APICI (Associazione Provinciale Invalidi Civili); Comunità Piergiorgio; La Nostra Famiglia; il Comitato di Coordinamento Disabili della Provincia di Udine; Caritas.

Altri volantini sono stati distribuiti fra: ASCOM; AssIndustria; Provincia di Udine; Comune di Udine e Circoscrizioni; Sportelli di Prossimità del Comune di Udine all'interno del Progetto "No alla Solit'Udine"; INPS; INPDAP; INAIL; Agenzia delle Entrate; ATER; Ambiti socio-assistenziali della Provincia di Udine; Distretti della Provincia di Udine; AMGA; CAFC; Università degli Studi di Udine; C.S.A. (ex Provveditorato agli Studi di Udine); ERDISU; Ufficio del Lavoro della Provincia di Udine; Azienda Ospedaliera S.Maria; Casa di Cura "Città di Udine"; Autostrade per l'Italia; Camera di Commercio; C.R.I. (Croce Rossa Italiana); A.C.I. (Automobile Club Italia); Regione Friuli Venezia Giulia; Vicaria e Foranie; Questura di Udine; Lega delle Cooperative; Medici di base della Provincia di Udine; Pediatri della Provincia di Udine;

A questi vanno aggiunti tutti coloro i quali sono stati raggiunti a mezzo posta elettronica, come i Comuni della Provincia di Udine, le Pro Loco della Provincia di Udine, alcune Agenzie di viaggio, Ordini professionali, gli Assistenti sociali, ecc.

### **4.4 PERSONALE IN SERVIZIO**

La complessità dei temi da affrontare, il difficile lavoro di front e back office, le attività di ricerca, formazione, studio, promozione, divulgazione e operatività del servizio, hanno "costretto" l'ente gestore ad adeguarsi con tempestività al compito, e trovare risorse umane aggiuntive a quelle preventivate che, in un rapporto comparativo con altri InfoHandicap nazionali, trovano giustificazione (il numero medio di operatori negli InfoHandicap nazionali è di 4,5 unità).

Attualmente operano:

<b><u>Ruolo</u></b>	<b><u>Mansione</u></b>	<b><u>Monte ore settimanale</u></b>
Responsabile di progetto	Monitoraggio e supervisione	10 ca.
Responsabile del Centro	Coordinamento e front office	38
Collaboratrice in tirocinio	Back office e ricerca	20 ca.
Volontario	Front office	20 ca.

#### **4.5 GESTIONE SPERIMENTALE DEL SERVIZIO**

Come già ricordato, il Centro (*vedi allegato 10*) ha aperto a metà aprile. Da allora a metà settembre sono state molte le richieste e i quesiti formulati al Centro InfoHandicap dalle persone disabili, dai familiari e da tutti coloro che a vario titolo vivono, operano e lavorano nell'ambito della disabilità. Al successivo punto 5) possono essere colti anche graficamente gli aspetti più significativi del lavoro di sportello fin qui svolto.

Riassumendo il servizio è così strutturato:

- **Sportello fisico** aperto per **20 ore settimanali**, avente sede nell'atrio del Centro Polifunzionale Micesio, in Via Micesio, 31 a Udine;
- 
- **Numero verde gratuito:** 800 532 722;
- **Servizio di segreteria telefonica** per le restanti ore;
- **Servizio di e-mail:** [info@infohandicap.org](mailto:info@infohandicap.org);
- **Sito internet** (in fase di costruzione): [www.infohandicap.org](http://www.infohandicap.org);
- **Invio di n. 2 newsletter** alla settimana di aggiornamento via e-mail.

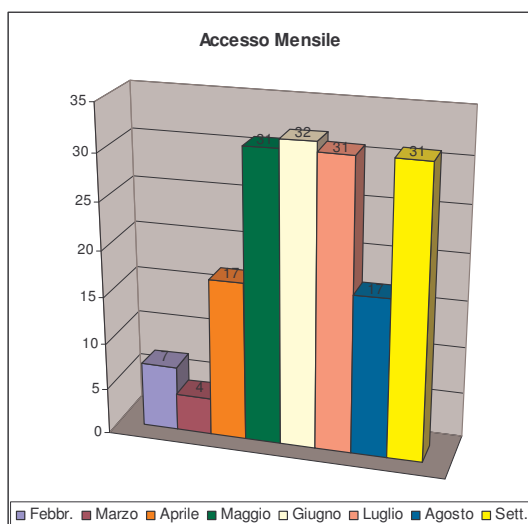
## 5 - ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO, RICERCA E VALUTAZIONE

### 5.1 DATI STATISTICI SULL'ATTIVITÀ DEL CENTRO.

Ogni richiesta rivolta allo sportello del Centro è stata censita attraverso una scheda di rilevazione dati (*allegato 11*), nella quale, oltre alle informazioni anagrafiche del richiedente, sono stati rilevati e analizzati anche il "Ruolo del richiedente", il "Settore", la "Tipologia" e l' "Esito" della richiesta.

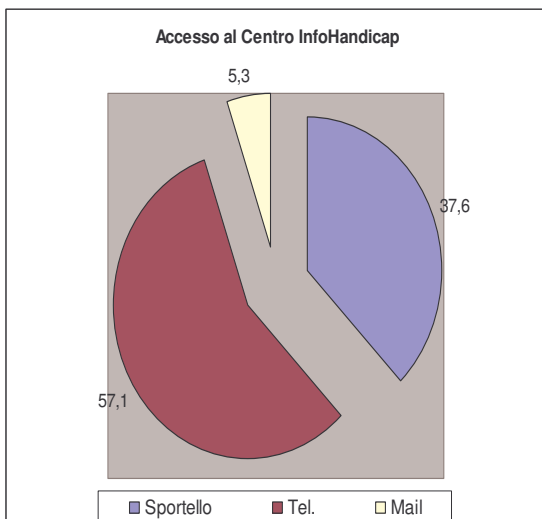
Grazie all'analisi delle schede di rilevazione, possiamo immediatamente fornire un primo dato sostanziale: fra l'11/04 e il 15/09/05 i contatti registrati dal Centro sono stati 170. Le richieste censite invece sono in numero maggiore, in quanto l'utente pone normalmente più domande allo sportello, in particolare nel caso si sia rivolto personalmente al Centro.

Si noti inoltre che 11 schede di rilevazione sono state compilate in periodi antecedenti l'apertura ufficiale dello sportello. Questo a testimonianza dell'interesse legato al servizio anche precedentemente la capillare azione di informazione avviata in occasione dell'apertura del Centro (fig. 1).

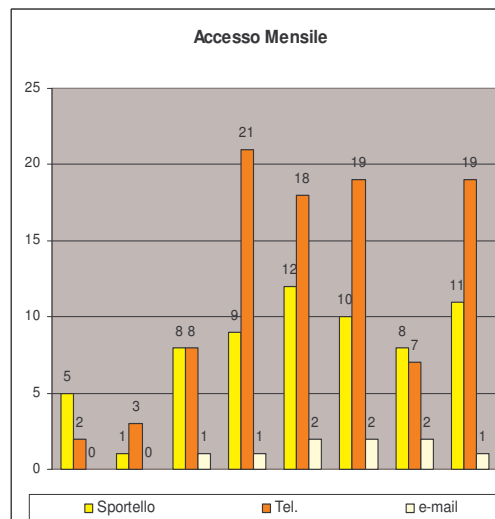


(fig. 1)

Il 57% degli accessi al Centro è stato telefonico; il 38% ha raggiunto lo Sportello "fisicamente" (fig. 2 e fig. 2a)



(fig. 2)

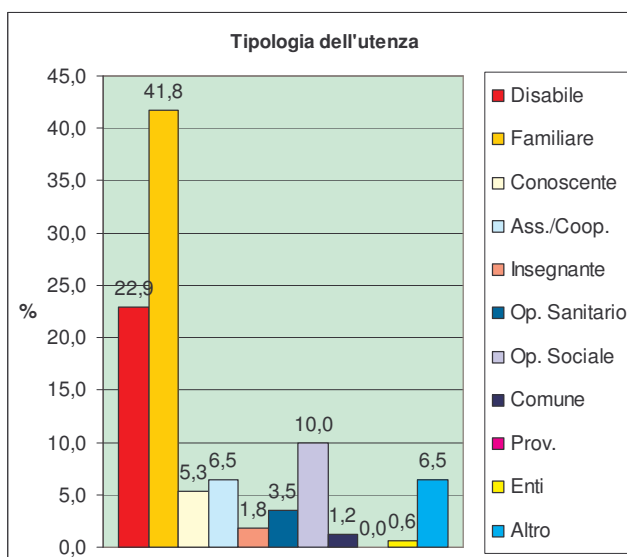


(fig. 2a)

### 5.1.1 TIPOLOGIA DELL'UTENZA.

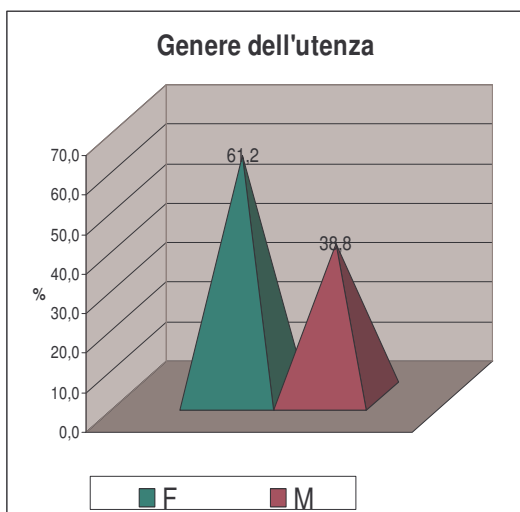
Considerando la tipologia dell'utenza risulta evidente come due utenti su tre siano disabili o loro familiari (22.4% disabili e 41.2% familiari).

Se a questi aggiungiamo il 14% dato da professionisti (il 10.3% Operatori sociali e 3.6% Operatori sanitari) diviene significativo che il 75% di coloro che hanno "utilizzato" il Centro è persona che vive e opera in primis nell'ambito della disabilità (fig. 3).

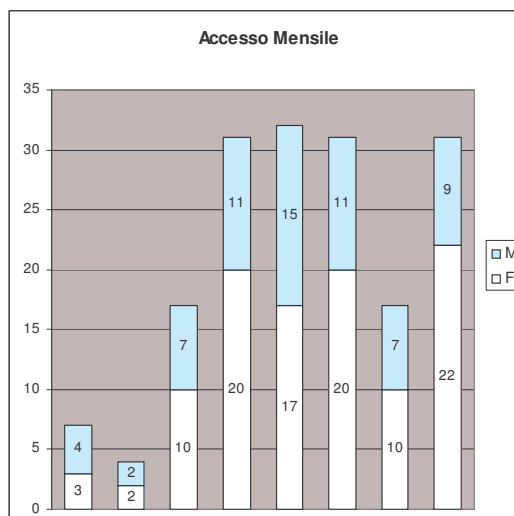


(fig. 3)

Il 61% delle persone che si sono rivolte allo sportello è di sesso femminile (fig. 4 e fig. 4a).

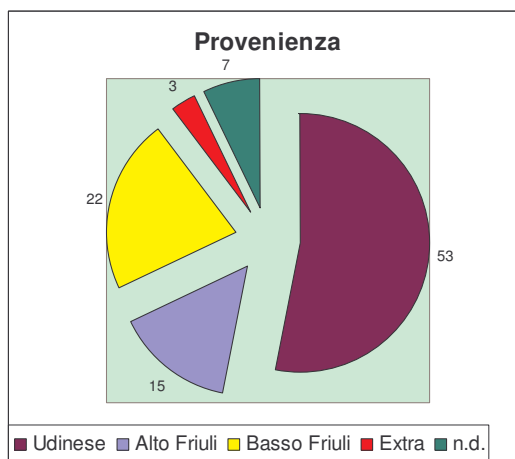


(fig. 4)



(fig. 4a)

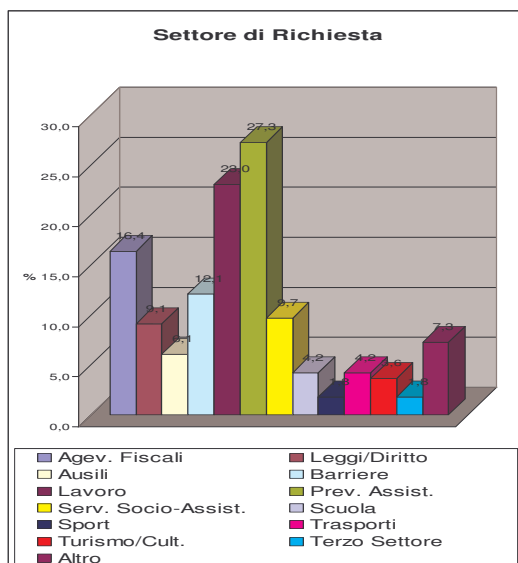
La provenienza dell'utenza è prevalentemente dall'Udinese" con un 53%, il 22% dal Basso Friuli, il 15% dell'Alto Friuli e il restante 10% è non disponibile o extra provinciale (fig. 5).



(fig. 5)

### 5.1.2 SETTORI DI RICHIESTA

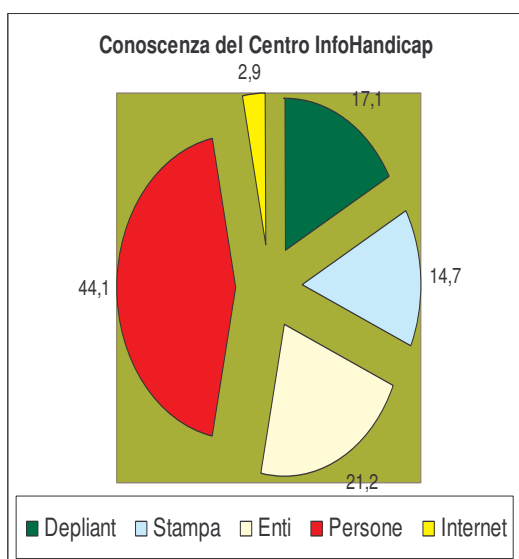
I settori di maggiore richiesta sono risultati la "Previdenza Assistenziale" (27%), il "Lavoro" (23%) e l'"Agevolazione fiscale" (16%) (fig. 6).



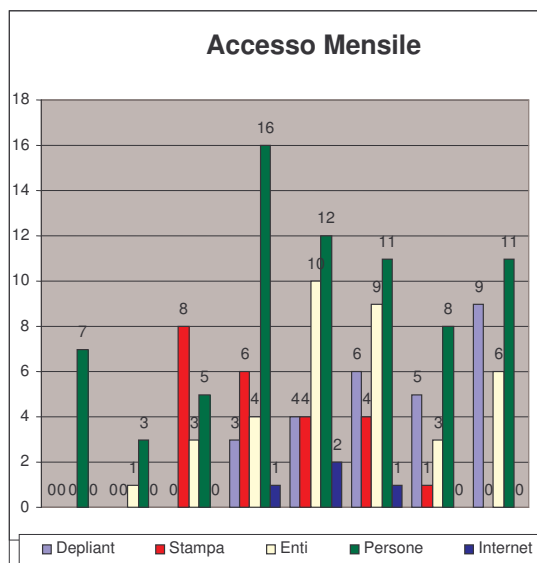
(fig. 6)

### 5.1.3 MODALITÀ DI CONOSCENZA DEL SERVIZIO

Tra le dimensioni delineate nella scheda di rilevazione troviamo la modalità attraverso cui l'utente è venuto a conoscenza del Centro. La stragrande maggioranza (il 44%) ha risposto essere stato il passa parola fra le persone, ma un significativo 21% dichiara essere stato indirizzato all'InfoHandicap dagli Enti, conferma questo di una stretta collaborazione e unità di intenti. Nonostante il sito sia in costruzione, il 3% ha appreso dell'esistenza dell'InfoHandicap attraverso internet (fig. 7 e fig. 7a)



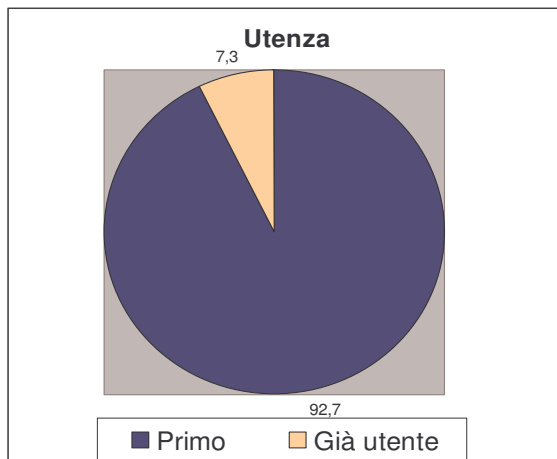
(fig. 7)



(fig. 7a)

#### 5.1.4 TIPOLOGIA RICHIESTE E RISPOSTE

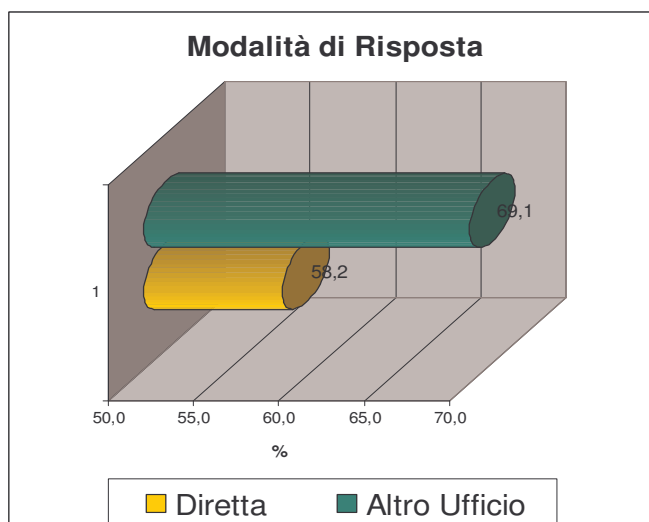
Un ultimo dato, comunque significativo: il 7,3% degli utenti ha ricontattato il Centro per formulare nuove richieste (fig. 8).



(fig. 8)

Si riporta, infine, i dati riguardanti la modalità di risposta offerta all'utenza. Sono state fornite risposte dirette nel 58% dei casi, mentre il 69% è stato dirottato ad altro Ufficio (fig. 9).

Questo avviene perché alcune richieste, oltre a ricevere una risposta dal personale del Centro, necessitavano di ulteriori approfondimenti presso altre realtà. Tra gli argomenti demandati troviamo il lavoro, le posizioni assicurative, previdenziali, il trasporto, ecc. In quel caso, pertanto, il ruolo del Centro è stato, prevalentemente, di orientamento.



(fig. 9)

## 5.2 INDAGINE SUGLI INFOHANDICAP IN ITALIA

Molte sono state e sono le attività del Centro InfoHandicap e in parte sono state illustrate ed elencate nei paragrafi precedenti.

Successivamente lo staff del Centro ha deciso di "mappare" gli Sportelli/Centri di informazione sull'handicap presenti su tutto il territorio italiano: è noto infatti che attività paragonabili a quelle dello Sportello esistono su tutto il territorio italiano, dal Piemonte alla Sicilia.

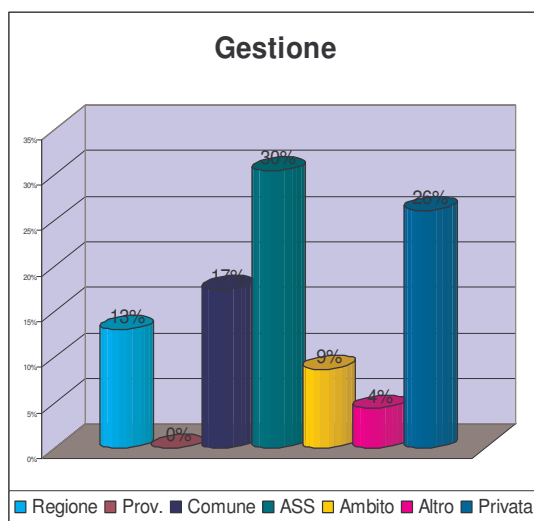
I motivi che ci hanno spinto a fare questa ricerca sono molteplici: primo fra tutti cercare di mettere in rete informazioni, conoscenze e metodi di lavoro, ma anche e soprattutto cercare di confrontare il lavoro fin qui svolto dal Centro, per verificare potenzialità, difficoltà, impegno, punti di forza, punti di criticità, ecc.

Questo ci ha permesso di analizzare e di comparare l'impegno profuso con quanto espresso da altri e ciò che è emerso ci ha consegnato un'attività dello Sportello in linea, e sotto alcuni aspetti anche migliore, rispetto a molte altre realtà italiane.

La ricerca si è concretizzata con l'invio di un questionario (*allegato 14*), i cui esiti vengono di seguito sintetizzati e analizzati. I questionari restituiti sono stati 20. I risultati della ricerca non possono dirsi omogenei, vista l'eterogeneità dei Centri: Sportelli Comunali, Distrettuali, Regionali: bacini di riferimento di poche migliaia di abitanti ad altre realtà composte da milioni di persone (ad es. gli InfoHandicap delle Circoscrizioni del Comune di Torino e l'InfoHandicap della Regione Lombardia).

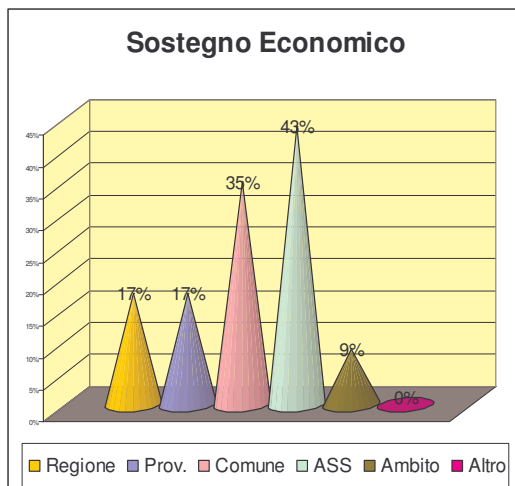
La cosa comunque importante e positiva è stata la disponibilità dimostrata che ha permesso opportunità di confronto anche telefonico e non solo cartaceo con altre strutture certamente più "mature" della nostra.

Passando all'analisi dei dati, il risultato più evidente è riferito alla gestione degli Sportelli: 3 su 4 sono gestiti in primis da enti pubblici e "solo" il 26% da realtà private (fig. 1) che, comunque, trovano nelle risorse e finanze pubbliche motivo di esistere.



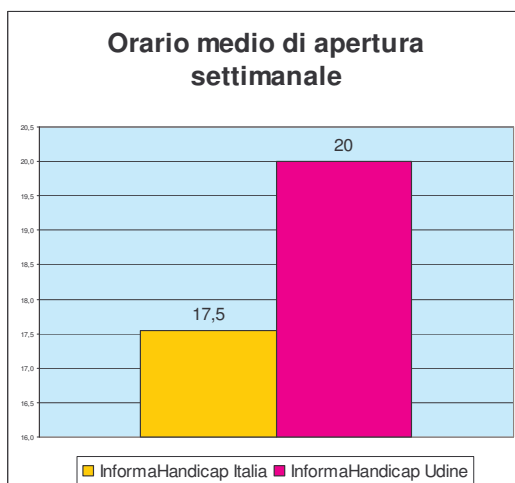
(fig. 1)

Il 43% le trova nell'Azienda Sanitaria e un altro 35% dai Comuni (fig. 2). Per molti di essi il finanziamento è dato da un mix di sovvenzionatori pubblici, che permettono l'attività di informazione.



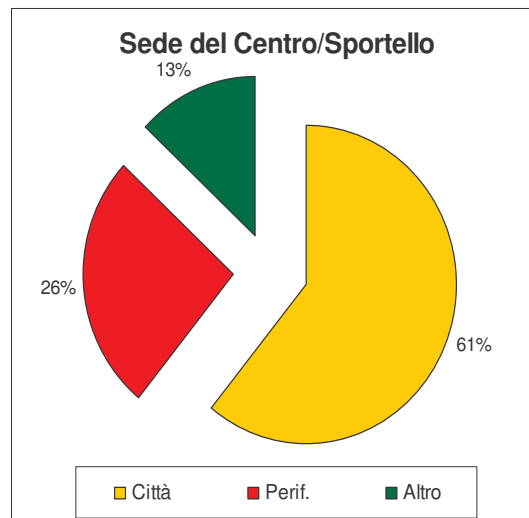
(fig. 2)

L'orario medio di apertura degli Sportelli si attesta in 17.5 ore medie alla settimana (contro le 20 ore dello Sportello di Udine), con punte di 42 ore per il Centro di Promozione, Diritti e Superamento dell'Handicap della Provincia di Torino (fig. 3).



(fig. 3)

Molti Centri hanno cominciato la loro attività a cavallo dell'anno 2000, con alcuni di essi già presenti negli anni '80/'90. Il 61% degli Sportelli ha sede in Città (fig. 4).



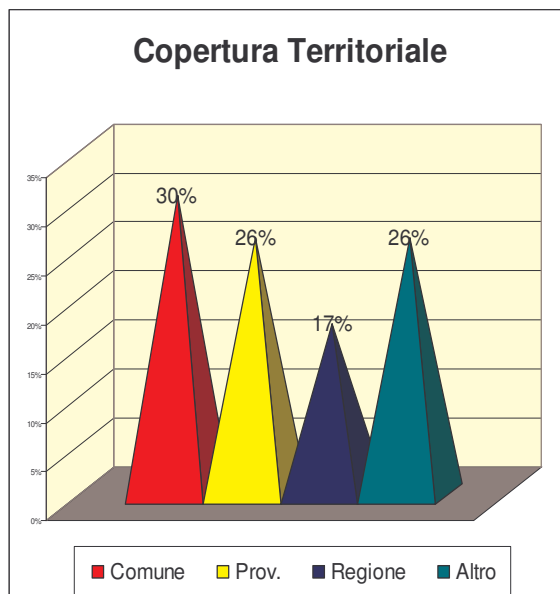
(fig. 4)

Inoltre è stata posta una domanda riguardante lo spazio disponibile: la media è superiore ai 42 mq, con punte di 150 mq per il Centro Documentazione Handicap di Treviso.

Si ricorda come anche la "fisicità" del Centro sia un elemento importante: in ampi spazi si possono ricavare luoghi di incontro, di analisi dei problemi con gli utenti e benessere per gli operatori.

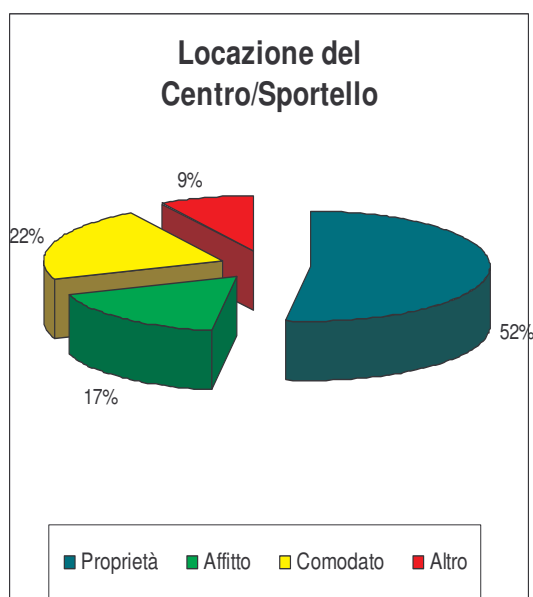
Non molti Centri hanno risposto o hanno saputo rispondere alla domanda riguardante il costo del Servizio. Molti, ad esempio, hanno omesso dalla "spesa" il costo degli operatori, in quanto facenti parte integrante del "sistema pubblico", tanto che a fronte di un costo medio a Centro di circa € 30.000, sono ben 4.5 gli operatori che sono occupati nello stesso, con una presenza media di circa 16 ore settimanali.

La copertura territoriale è per il 30% Comunale, per il 26% Provinciale, per un 17% Regionale e per il restante 26% dall'Azienda Sanitaria (fig. 5) .



(fig. 5)

Infine, il 52% delle risposte dichiara che i locali dove vengono svolte le attività del Centro/Sportelli è di proprietà (fig. 6).



(fig. 6)

## 5.3 INDAGINE DI VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SERVIZIO.

### 5.3.1 IL QUADRO TEORICO DI RIFERIMENTO

Al fine di agevolare le amministrazioni a pianificare, condurre ed utilizzare efficacemente le rilevazioni di customer satisfaction, il Dipartimento della Funzione Pubblica ha prodotto un manuale operativo "*La Customer Satisfaction nelle amministrazioni pubbliche: Valutare la qualità percepita dai cittadini*"<sup>1</sup> (collana Analisi e strumenti per l'innovazione del Dipartimento della funzione pubblica) a disposizione di chiunque desideri avvicinarsi al mondo della valutazione della Qualità del Servizio.

Nella fase progettuale della nostra indagine di *customer satisfaction* abbiamo ritenuto opportuno seguire la Direttiva del Dipartimento della Funzione Pubblica (*vedi allegato 12*) sulla rilevazione della qualità percepita dai cittadini e di progettare la nostra azione secondo le linee guida del Manuale.

La decisione di seguire le linee suggerite dal Dipartimento è frutto di un approfondito percorso di ricerca sulla bibliografia preesistente sul tema dell'innovazione delle pubbliche amministrazioni; tale scelta ci ha permesso inoltre di agevolare lo step, spesso difficoltoso, della standardizzazione dei dati raccolti.

Il valore strategico della customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche e nei servizi pubblici è evidente nel suo potenziale di strumento utile ad individuare il possibile percorso di miglioramento del servizio indagato, attraverso l'ascolto dei portatori di interessi a cui è rivolto.

L'indagine, in generale, punta a comprendere in che modo il cittadino percepisce ciò che gli viene offerto e quali siano, eventualmente, alcune delle esigenze che non trovano risposta attraverso quel dato servizio, in coerenza con la mission istituzionale dell'ente.

Conoscere le aspettative e i bisogni del cliente è una condizione indispensabile per costruire indicatori di misurazione della qualità, come rapporto tra prestazioni erogate e bisogni soddisfatti.

### 5.3.2 IL DISEGNO DI RICERCA<sup>2</sup>.

È evidente come il primo passo necessario fosse la creazione di un **disegno di ricerca** chiaro e esaustivo dell'indagine e delle informazioni che da essa avremmo voluto ottenere, affrontando i punti salienti quali gli attori coinvolti, le fasi e i tempi di realizzazione, gli strumenti di indagine, la modalità di

---

<sup>1</sup> Il manuale si può scaricare all'indirizzo [www.cantieripa.it/allegati/Custom.pdf](http://www.cantieripa.it/allegati/Custom.pdf).

<sup>2</sup> "Creare e collaudare il questionario, raccogliere ed elaborare i dati. Il "kit" per i front - office", documento scaricabile dal sito [www.cantieripa.it](http://www.cantieripa.it), pag. 20.

somministrazione e raccolta, l'eventuale numerosità del campione, le dimensioni da rilevare<sup>3</sup>.

Affinché il contatto con gli stakeholders (portatori di interesse) in occasione dell'indagine offrisse un valore aggiunto di feed back per l'efficacia del servizio e l'esito delle richieste, si è convenuto di effettuare l'indagine in proprio e di contattare direttamente il campione affinché potessero essere rilevate eventuali difficoltà sia nella compilazione del questionario sia nella realizzazione della risposta fornita precedentemente dal Centro.

La rilevazione della customer satisfaction nella peculiarità del nostro disegno di indagine, assume dunque uno specifico significato di strumento utile al miglioramento della qualità del servizio, in un'ottica di continuo confronto con l'utenza, considerata, accanto alle associazioni, gli enti pubblici, il privato sociale, come indicatori di direzione<sup>4</sup>.

In tutte le fasi progettuali della stesura del questionario si è deciso di adottare una metodologia di lavoro d'équipe, al fine di permettere la messa in gioco della diverse competenze proprie dei singoli attori coinvolti nel progetto.

La progettazione e realizzazione in sinergia permetterà, in step successivi, un cambiamento consapevole delle modalità di erogazione del servizio nelle dimensioni toccate dalla customer satisfaction<sup>5</sup>.

### **5.3.3 GLI OBIETTIVI DI INDAGINE.**

Per definire in modo più accurato quali siano le domande da inserire nel questionario è stato fondamentale organizzare un incontro d'équipe che coinvolgesse tutti gli operatori, anche volontari dello sportello, per definire gli obiettivi conoscitivi dell'indagine, ossia ciò che realmente è utile chiedere e sapere per procedere al miglioramento del servizio oggetto dell'indagine<sup>6</sup>.

Obiettivi generali che lo staff del Centro si è posto a monte dell'indagine sono:

- conoscere i bisogni impliciti, espliciti e latenti anche attraverso suggerimenti e critiche;
- valutare il servizio fornito;
- determinare le dimensioni di soddisfazione e insoddisfazione rispetto a diversi particolari del servizio;

---

<sup>3</sup> "Metodi della ricerca sociale", Kenneth D. Bealey, Il Mulino Editore, pag 45-48.

<sup>4</sup> "La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini", a cura di A. Tanese, G. Negro, A. Gramigna Collana Analisi e strumenti per l'innovazione: il manuale. Dipartimento della funzione pubblica – Ufficio per l'innovazione delle pubbliche amministrazioni – Presidenza del Consiglio dei Ministri, Edizioni Scientifiche italiane, 2003, pag. 22.

<sup>5</sup> Ibidem, pag. 181.

<sup>6</sup> "Metodi della ricerca sociale", Kenneth D. Bealey, Il Mulino Editore, pag 45-48.

- verificare i rapporti con gli enti, le amministrazioni, le associazioni, gli interlocutori a cui, nella prassi, demandiamo determinate risposte.

Coscienti di quanto la rilevazione della customer satisfaction consenta, oltre a quanto precedentemente presupposto, di “uscire dalla propria autoreferenzialità”, adottando una progettazione consapevole di permanente partecipazione, lo Staff del Centro si è impegnato a realizzare l’indagine nei tempi piuttosto brevi due settimane.

Il secondo step progettuale è stato il **desk research** (la ricerca a tavolino) inteso come reperimento, selezione, valutazione e eventuale rielaborazione di dati già esistenti, bibliografia precedente, informazioni e documentazioni varie, dati statistici riguardanti indagini di altri servizi similari all’Infohandicap, ricerche in rete.

A tal proposito si è rilevata molto utile la mappatura precedentemente realizzata dal Centro sulle diverse realtà degli sportelli dedicati ai soggetti disabili presenti su tutto il territorio italiano.

I dati raccolti dalla ricerca hanno contribuito ad individuare dimensioni utili da rilevare all’interno del questionario della customer satisfaction, e a formulare le domande stesse in un’ottica di semplificazione delle risposte possibili.

La ricerca a tavolino, inoltre, ha permesso l’individuazione delle direttive del Dipartimento della Pubblica Funzione, ottimizzare le strategie di elaborazione del questionario e consentire una successiva veloce standardizzazione e divulgazione.

#### **5.3.4 LA CREAZIONE DEL QUESTIONARIO<sup>7</sup>.**

Il Manuale ripropone i più elementari consigli per la **formulazione delle domande** e ha agevolato il lavoro di creazione dell’operatrice fornendo anche diversi esempi di questionari adottati da diverse amministrazioni pubbliche<sup>8</sup>.

Per la definizione degli “alberi della qualità”, ovvero di quegli elementi del servizio che condizionano la percezione, e quindi il giudizio, degli utenti, è stata utilizzata una classificazione già proposta nel Manuale teorico nella quale si incrociano le attività dei front-office con i possibili canali di erogazione:

---

<sup>7</sup> Ibidem, pag. 131-176.

<sup>8</sup> “La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini”, a cura di A. Tanese, G. Negro, A. Gramigna Collana Analisi e strumenti per l’innovazione: esperienze. Dipartimento della funzione pubblica – Ufficio per l’innovazione delle pubbliche amministrazioni – Presidenza del Consiglio dei Ministri, Edizioni Scientifiche italiane, 2003, parte finale.

Le macro-dimensioni messe a giudizio sono

- *dimensione tecnica* (i fattori che costituiscono il contenuto intrinseco del servizio erogato, la qualità dell'informazione)
- *dimensione relazionale* (tutti i fattori che riguardano la gestione della relazione)
- *dimensione fisica/strumentale* (i fattori relativi all'ambiente dello sportello, agli strumenti, ai supporti fisici, la reperibilità telefonica, l'utilizzo delle newsletter)

A loro volta, queste macro-dimensioni possono essere suddivise in ulteriori paradigmi da prendere in esame.

Per esempio, la dimensione tecnica è costituita da tutte le capacità che consentono all'operatore di front-office di svolgere il suo lavoro in modo puntuale e competente, come

- *le capacità di risposta*: dare informazioni precise, corrette, non contraddittorie; erogare i servizi nei tempi stabiliti;
- *la capacità di fare conoscere il servizio*: attuare corrette strategie di comunicazione e di marketing del servizio.

All'interno della *capacità di risposta*, si possono poi individuare in modo più dettagliato altri rami specifici, tra cui:

- chiarezza delle informazioni date
- competenza e preparazione del personale
- velocità nel licenziare la richiesta.

Per quanto concerne la rilevazione del valore quantitativo della soddisfazione dell'utente rispetto alle diverse dimensioni, è stata decisa la scala di valori numerici (da 1 a 5) affinata da quella semantica (da "Per niente soddisfatto" a "Molto soddisfatto").

Durante la somministrazione del questionario l'operatrice/intervistatrice ha rilevato una particolare fluidità nella comprensione delle domande e nell'individuazione delle risposte ritenute più adatte; evidente segnale dell'efficace progettazione del disegno di indagine da parte dell'équipe. (*allegato 13*)

### **5.3.5 IL CAMPIONE DI DISTRIBUZIONE, LA SOMMINISTRAZIONE E LA RACCOLTA DEL QUESTIONARIO.**

A campione sono stati interpellati coloro i quali in questi mesi hanno contattato il Centro (circa il 20% dell'utenza), per conoscere la loro opinione e ricevere un "feedback" generale sulla qualità del servizio erogato.

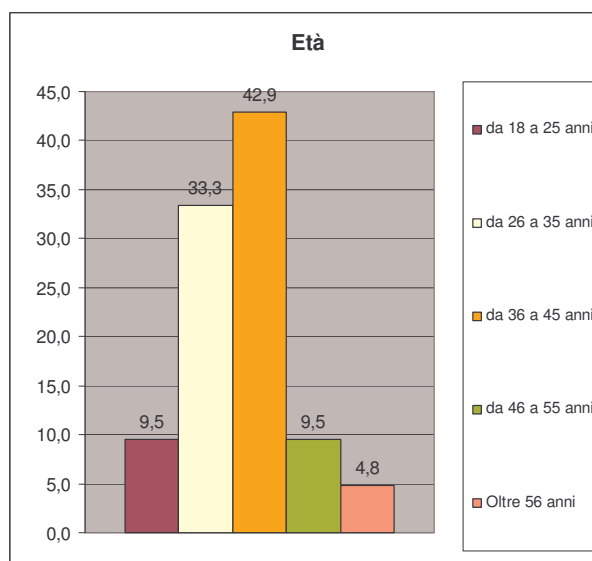
La decisione di realizzare l'indagine sul campione piuttosto che sull'universo, dettata anche dalla necessità di contenere la complessità dal punto di vista organizzativo e tempi e costi, trova la sua motivazione anche in ulteriori reali ostacoli: la mancanza di un riferimento telefonico, la presenza di patologia che impediscono l'utilizzo del mezzo telefonico e la particolare gravità di determinate situazioni presentate presso lo sportello<sup>9</sup>.

È evidente come nel momento della somministrazione del questionario, l'intervistatrice abbia mantenuto per quanto possibile una lettura univoca del testo al fine di evitare condizionamenti nella risposta<sup>10</sup>.

Nonostante questo tentativo di neutralità, più volte l'operatrice ha affrontato reazioni emotive inattese suscitate dalle tematiche affrontate nel precedente contatto. Il valore aggiunto del feedback relazionale ha messo in evidenza la percezione da parte dell'utenza di rapporti che vanno al di là della semplice trasmissione di informazioni.

### 5.3.6 CARATTERISTICHE DEGLI INTERVISTATI

I primi dati analizzati riguardano le caratteristiche del campione rilevato. Il 43% degli intervistati ha fra i 36 e i 45 anni (fig. 1).

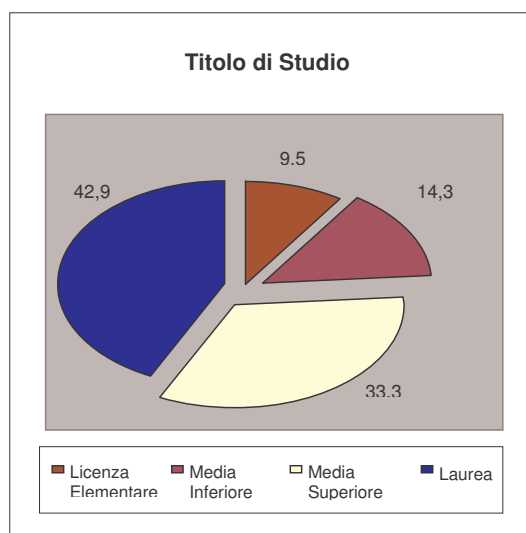


(fig. 1)

Il 43% presenta un elevato livello di istruzione (fig. 2).

<sup>9</sup> "Metodi della ricerca sociale", Kenneth D. Bealey, Il Mulino Editore, pag 103-123.

<sup>10</sup> Ibidem, pag. 211-224.

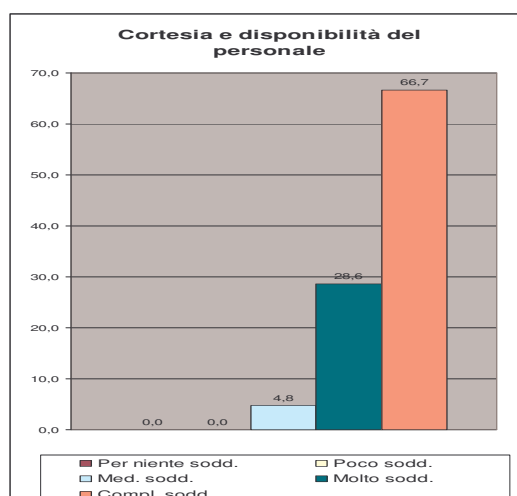


(fig. 2)

L'analisi incrociata di questi due semplici dati ci permette di fare una prima considerazione: persone di età adulta e con una scolarizzazione piuttosto elevata, hanno avuto bisogno del Centro, nonostante le presunte capacità di ricerca e indagine personale. Il fatto che si siano rivolte all'InfoHandicap può significare che il reperimento di informazioni e di materiale, e un adeguato orientamento in ordine alla disabilità, non è percorso né semplice, né evidente, né tantomeno immediato.

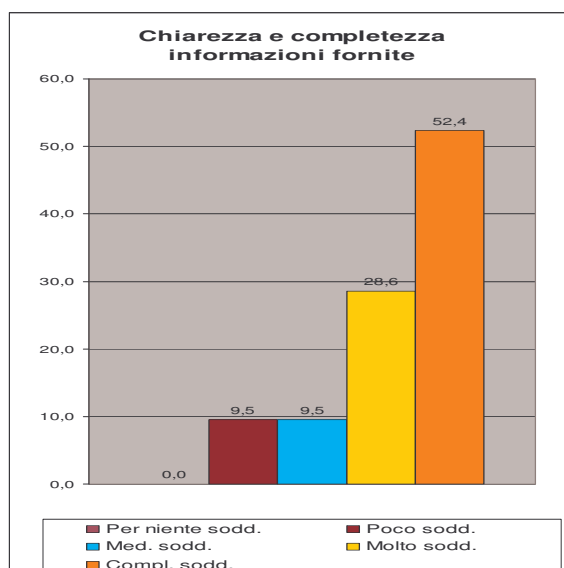
### 5.3.7 SODDISFAZIONE PERCEPITA DALL'UTENZA DEL CENTRO INFOHANDICAP.

La risposta fornita alla domanda posta sul livello di soddisfazione dell'operato del personale rilevano una percentuale del 95% che si ritiene molto o completamente soddisfatto della cortesia e disponibilità riscontrata dal personale stesso (fig. 3).



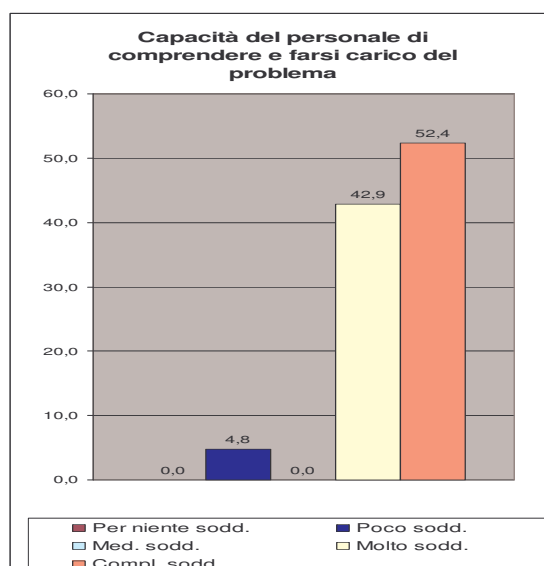
(fig. 3)

L'80% dei fruitori ritiene che le informazioni fornite siano state chiare e complete (fig. 4).



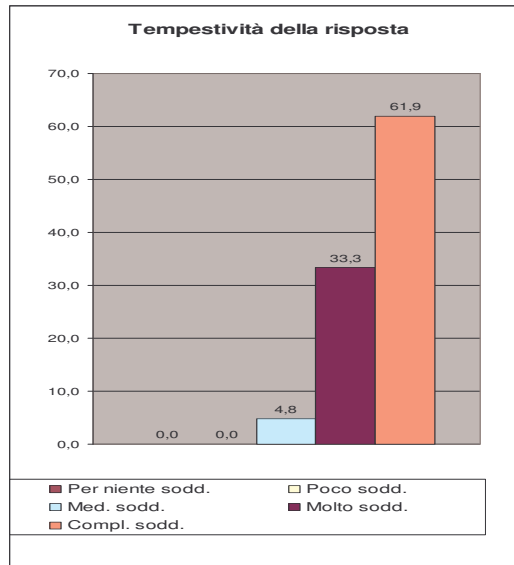
(fig. 4)

Ulteriori dati soddisfacenti sono rappresentati dal 95% dell'utenza secondo cui il personale risulta capace di comprendere e di farsi carico del loro problema (fig. 5);



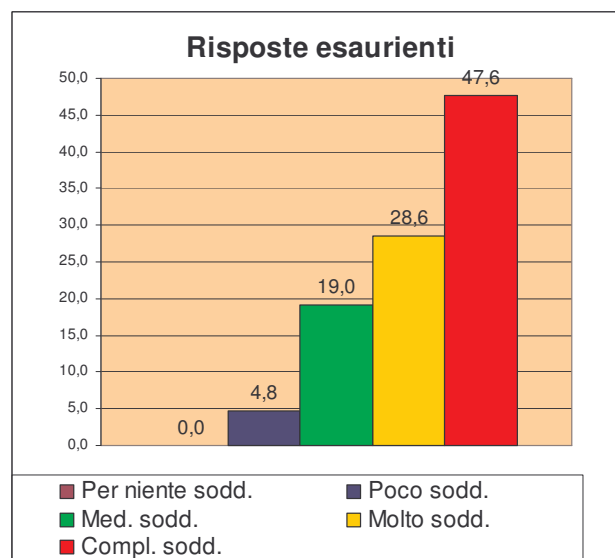
(fig. 5)

e dal 95% secondo cui la risposta data ai quesiti posti risulta tempestiva (fig. 6).



(fig. 6)

Infine il 75% dei contatti si ritiene essere molto o completamente soddisfatto dell'esauritiva risposta (fig. 7).



(fig. 7)

### 5.3.8 SODDISFAZIONE PERCEPITA DALL'UTENZA DELLA RISPOSTA DEMANDATA

L'attività del Centro è quotidianamente realizzata tramite una continua collaborazione con altre realtà del territorio: in ambito "privato" l'Ufficio H della Comunità Piergiorgio per ciò che attiene il tema degli ausili e delle

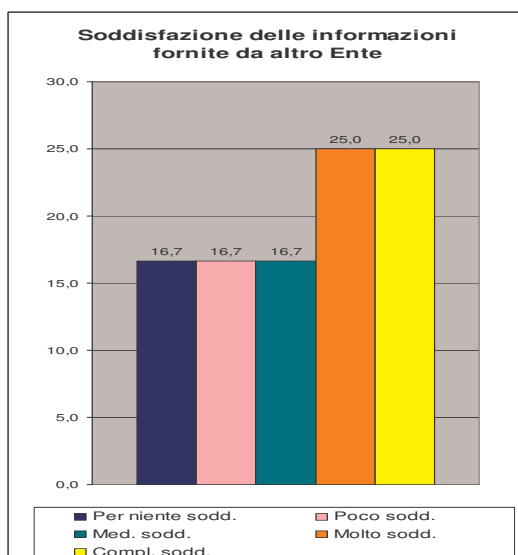
barriere architettoniche e, in ambito "pubblico", l'INPS, l'INAIL e l'Agenzia delle Entrate.

Tali sinergie sono volte a risolvere e dipanare matasse spesso profondamente aggrovigliate, rese più rigide da anni di "fasi di besol", di sentito dire, o ancora di grovigli di informazioni, forse corrette, ma di difficile interpretazione, applicazione e sintesi.

Considerando inizialmente come un valore aggiunto e dimensione di qualità il punto di vista del cittadino, lo staff del Centro ha posto l'ascolto come paradigma di lavoro permanente, pianificato, organizzato<sup>11</sup>; paradigma che, arricchito dalla competenza del personale interno, è divenuto strumento indispensabile per cogliere i bisogni inespressi e insiti nelle eterogenee situazioni vissute dalle persone disabili, cariche di difficoltà e sofferenze e spesso celate.

Il partenariato con realtà importanti (fra cui ricordiamo ancora una volta INPS, INAIL e Agenzia delle Entrate) ha fatto sì che diverse richieste fossero evase in modo puntuale, preciso ed immediato direttamente dagli operatori del Centro debitamente informati dagli Enti stessi. Nei casi in cui il bisogno non potesse essere soddisfatto direttamente dal Centro, gli utenti venivano inviati all'Ufficio di competenza, con indicazioni puntuali e precise sulla persona di riferimento da contattare.

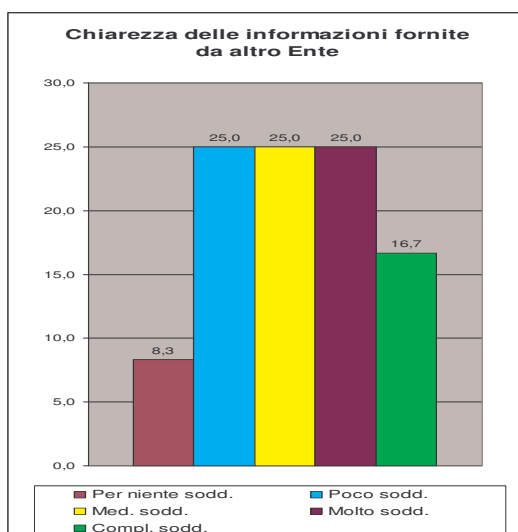
Qualche difficoltà viene rilevata dai dati del questionario: la soddisfazione delle informazioni fornite da altri Enti si attesta intorno al 50% (fig. 8),



(fig. 8)

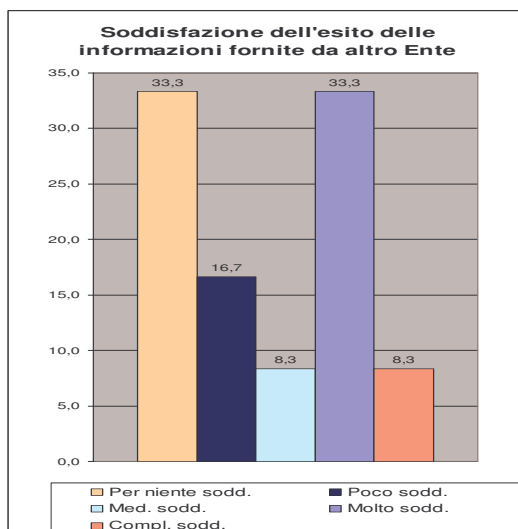
<sup>11</sup> "La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini", a cura di A. Tanese, G. Negro, A. Gramigna Collana Analisi e strumenti per l'innovazione: il manuale. Dipartimento della funzione pubblica - Ufficio per l'innovazione delle pubbliche amministrazioni - Presidenza del Consiglio dei Ministri, Edizioni Scientifiche italiane, 2003, pag. 22. ibidem, pag. 22.

mentre la chiarezza delle informazioni fornite sempre da altri Enti disegna graficamente una gaussiana (fig. 9).



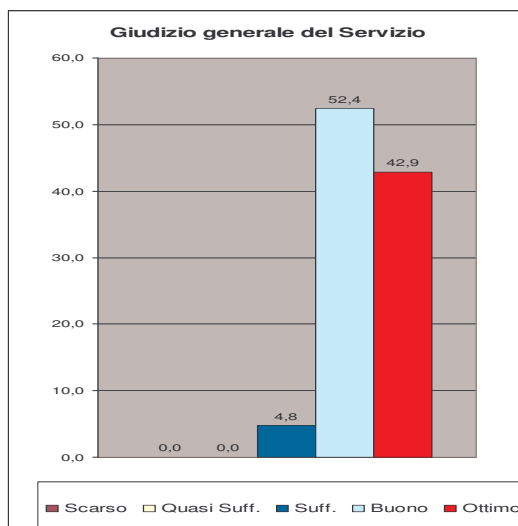
(fig. 9)

Il livello di soddisfazione dell'esito delle informazioni fornite sempre da Enti diversi dal Centro InfoHandicap è contrastata: un 33% si considera "per niente soddisfatto", mentre un altro 33% si considera "molto soddisfatto" (fig. 10).



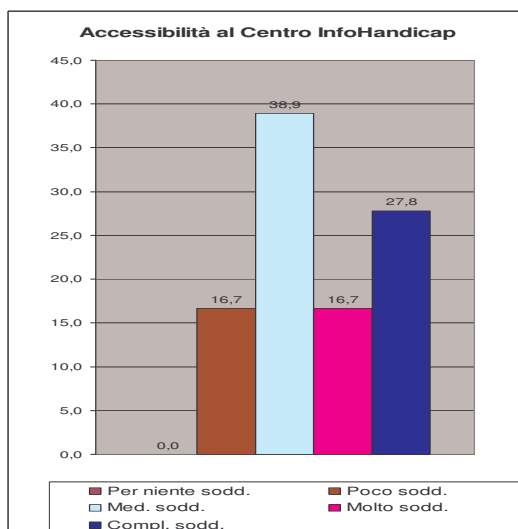
(fig. 10)

Complessivamente il giudizio generale sul Servizio del Centro InfoHandicap è espresso dall'utenza come buono e/o ottimo dal 95% (fig. 11).



(fig. 11)

Un ultimo dato rilevato che sottolinea una difficoltà da parte dell'utenza di accedere fisicamente allo sportello è il valore attribuito alla dimensione dell'accessibilità (fig. 12).



(fig. 12)

Al termine del questionario l'utente è stato informato del servizio di newsletters attivato da tempo dal Centro.

L'azione informativa ha suscitato interesse e le poche persone che non erano già iscritte hanno fornito il proprio indirizzo e-mail.

Strumento fortemente propositivo e indispensabile per informare, promuovere iniziative e sollecitare interesse, la newsletter, inoltre, permette di far emergere situazioni sommerse e giudicate "inaffrontabili", grazie al fatto che consente di portare direttamente "a casa" la problematica e il

relativo tentativo e auspicio di risposta, senza bisogno di porgere un quesito diretto e personale.

Se da un lato alcune persone hanno richiesto la cancellazione dalla rubrica degli indirizzi (n. 15), dall'altro numerose sono state le espressioni di gradimento, in particolar modo dagli addetti ai lavori, che, congratulandosi per il lavoro svolto, hanno più volte sottolineato la praticità e l'utilità delle informazioni spesso contenute nelle newsletters.

Va sottolineato che l'indirizzario è costituito da circa 600 nominativi, alcuni dei quali extra provinciali ed extra regionali.

Inoltre è interessante segnalare la volontà espressa da altri InfoHandicap, per esempio lo sportello di Catania e di Torino, di iscriversi al nostro servizio

Il sito internet del Centro è in fase di realizzazione, strumento importante in cui sarà reperibile tutto il materiale elaborato dagli operatori e attinente alla disabilità (leggi, documenti, informazioni, richiami alle strutture locali ecc.), con particolare attenzione alle realtà e peculiarità del nostro territorio.

## 6 – OSSERVAZIONI, RIFLESSIONI E ORIENTAMENTI FUTURI

L'attività svolta fino ad oggi rispecchia molto di quanto presupposto in fase progettuale, ma è opportuno evidenziare come l'apertura dello Sportello l'11 Aprile scorso ha fatto sì che coloro che si sono avvicinate al Centro hanno, a vario titolo, influenzato la modalità di gestione e contribuito all'implementazione di competenze, cercando e trovando in esso quelle risposte puntuali che solo un "laboratorio" professionale può dare. L'utenza, considerata elemento integrante di valore al servizio, ha in qualche modo contribuito alla fioritura di un servizio inteso nella sua globalità come soddisfacente.

In una società della comunicazione e della notizia, molto spesso quello che fa difetto è la sintesi, il cogliere realmente quelli che sono i bisogni e le richieste. Non è certamente l'informazione che manca, ma la sua corretta lettura e l'orientamento che da essa ne scaturisce.

Il Centro InfoHandicap, con l'aiuto e la collaborazione di tutte le persone che vivono, operano e lavorano nel campo della disabilità, mettendo in gioco le proprie specifiche e diverse qualifiche e collocazioni sociali e professionali, cerca di fornire un'informazione cosciente e strategie di orientamento nel mondo dei servizi della disabilità e del disagio.

L'obiettivo di fondo, pertanto, rimane quello di favorire la conoscenza, o meglio la comprensione, da parte dei cittadini di quali siano i loro diritti, i loro doveri, le modalità e le condizioni per accedere a servizi, benefici, contributi e risorse, ma a tale proposito si sono aggiunte altri traguardi al nostro cammino.

In un'ottica di piena collaborazione, molti sono i progetti in cantiere che vedono il Centro InfoHandicap in prima linea. Di seguito possono essere elencati alcuni, fra cui: Giornate di lavoro e di approfondimento con INPS "Congedi retribuiti"; INAIL e ANMIC "Disabili del lavoro"; ACI e PRA (Automobile Club Italia e Pubblico Registro Automobilistico) "Viabilità e disabilità", oltre a una tavola di approfondimento con Università degli Studi di Udine, CSA (ex Provveditorato agli Studi di Udine) ed ERDISU (Ente Regionale Diritto allo Studio di Udine) per valutare e approfondire il tema della disabilità e i servizi ad esso conferiti.

Al termine dell'indagine e della rielaborazione dei dati della Customer Satisfaction sulla percezione da parte dell'utenza e la valutazione del servizio del Centro, gli step successivi ipotizzabili possono essere:

- confermare l'ascolto come metodo di prassi operativa, incrementando le occasioni di confronto con l'utenza al di là del

momento in cui si rivolgono allo sportello (giornate di studio, contatti, e-mail, ecc.);

- reperire risorse alternative per ovviare le difficoltà riscontrate dall'utenza nel contatto con gli altri enti;
- prevedere attività di formazione per il personale attorno a tematiche particolari (comunicazione efficace, modulistica della disabilità, agevolazioni fiscali, ecc.);
- approfondire i contatti con il privato sociale in modo da poter individualizzare e ottimizzare la risposta alla disomogenee domande, secondo criteri più sensibili all'utenza (diverse collocazione territoriale dei servizi, diversi costi, diverse patologie, ecc.);
- prendere in considerazione una collocazione diversa dello sportello, più accessibile, più visibile;
- valutare nuovi elementi accessori ai vari pacchetti di servizi (bollettini cartacei, presenza nei media, nuovi date base, servizi paralleli, collaborazioni con altre realtà);
- diversificare la distribuzione del materiale pubblicitario, rendendolo maggiormente "reperibile" al singolo disabile attraverso individuando nei medici di base, nelle assistenti sociali, nei Centri commerciali luoghi preferenziali per avvicinare il singolo spesso lontano dalla grande rappresentatività delle Associazioni;
- Ultimazione del sito internet, di cui, allo stato attuale, è disponibile solo una home page (*vedi allegato 16*).

Numerosi sono stati i riconoscimenti del lavoro fin qui svolto dal Centro: molti sono i siti che ospitano l'InfoHandicap all'interno del proprio mezzo informatico, come il Comune di Udine, l'ERDISU, gli InfoGiovani della Provincia di Udine, Disabili.com.

Diverse realtà sociali utilizzano le informazioni, divulgate tramite le nostre newsletter, per condividerle con i propri utenti, collaboratori, associati (a tal proposito ricordiamo il Centro H di Ferrara che ha più volte nominato il nostro servizio come fonte informativa per il loro bollettino).

Infine numerose sono le realtà locali che chiedono ospitalità all'interno del nostro servizio newsletter per veicolare progetti, giornate di studio, manifestazioni, ecc.

La sfida di questo nuovo servizio è pertanto aperta e stimolante: si tratta ora anche di essere in grado di dare un futuro e una continuità al servizio che dipende, sotto il profilo economico, da fondi annuali di cui, allo stato attuale, non si ha alcuna certezza.

Il lavoro da svolgere è ancora molto ma l'operato dei primi 6 mesi conforta sulla bontà e la necessità di un tale servizio. Sta ora ad una platea più ampia valutare la necessità di un futuro e formulare percorsi adatti per renderlo possibile.

## **BIBLIOGRAFIA:**

- a cura di A. Gramigna, P. Testa, R. Marini, *"Amministrazioni in ascolto - Esperienze di customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche"* Collana Analisi e strumenti per l'innovazione: le esperienze. Dipartimento della funzione pubblica – Ufficio per l'innovazione delle pubbliche amministrazioni – Presidenza del Consiglio dei Ministri, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2005;
- a cura di A. Tanese, G. Negro, A. Gramigna, *"La customer satisfaction nelle amministrazioni pubbliche. Valutare la qualità percepita dai cittadini"*. Collana Analisi e strumenti per l'innovazione: il manuale. Dipartimento della funzione pubblica – Ufficio per l'innovazione delle pubbliche amministrazioni – Presidenza del Consiglio dei Ministri, Edizioni Scientifiche italiane, Napoli, 2003;
- L.S. Attolini, M.P. Costantini, A. Di Stefano, F. Giordano, G. Natalucci, C. Pacchi, *"Customer care in organizzazioni di servizio e di cura. Un percorso di formazione alla comunicazione e alla tutela dei diritti"*, Franco Angeli, Milano, 2003;
- S.M. Brondoni, *"Comunicazione pubblica e "soddisfazione dell'utente". I paradigmi relazionali di efficacia e di efficienza"*, G. Giappichelli, Torino, 2003;
- a cura di A. Gramigna e P. Lugli, *"Ascolto dell'utenza e valutazione dei bisogni"*, Progetto URP degli URP - Dipartimento della Funzione Pubblica Regione Emilia Romagna, Edizioni Scientifiche italiane, Napoli, 2001;
- P. Corebetta, Gasperoni G. Pisati M., *"Statistica per la ricerca sociale"*, Il Mulino editore, Bologna, 2001;
- G. Fabris, S. Rolando, *"La customer satisfaction nel settore pubblico"*, Franco Angeli, Milano, 1999;
- D. K. Bailey, *"Metodi della ricerca sociale"*, Il Mulino editore, Bologna, 1985.