

Customer Satisfaction Servizio Giovani

ASSESSORE

Dr Massimo Maisto

DIRIGENTE

Dr.ssa Lara Sitti

OPERATORI

Fausto Pagliarini

Alessandra Piganti

Annalisa Ferroni

Chiara Zanirati

Mary Ingrid Nicolajsen

Rita Vita Finzi

Donatella Sartori

Donatella Moretti

Paola Tommasini

Giorgio Benini

Rodolfo Grechi

Mario Zappaterra

Marcella Marani (parti time 12 ore)

Sabina Tassinari

L'Assessorato alle politiche per i giovani del Comune di Ferrara intende rappresentare un punto di riferimento per la popolazione giovanile interpretandone le attese e i bisogni, potenziando la prassi della progettazione partecipata relativa a spazi di aggregazione e a strumenti di esercizio di cittadinanza attiva. In aggiunta, si è consolidata la scelta di confrontarsi con i giovani, che sono gli effettivi utenti dei servizi loro dedicati, consapevoli che la cultura della responsabilità sociale è un processo che si costruisce nel tempo attraverso continui confronti e riflessioni per migliorare e ricalibrare le strategie programmatiche.

Quindi, se l'assessorato intende dar conto sulla propria capacità di risposta ai bisogni, allora occorre innanzitutto conoscerli, capire se essi vengono assolti correttamente e se l'utente è soddisfatto, trovando il modo di includere queste conoscenze nel processo di realizzazione delle iniziative, migliorandone la ricaduta.

Da una prospettiva globale di valutazione delle politiche locali discende la motivazione fondamentale alla customer satisfaction del Servizio Giovani complessivamente inteso.

È indispensabile sottolineare che la migliore indagine di customer, se fine a se stessa, finisce per perpetuare il vecchio modello di costruzione e valutazione delle politiche pubbliche che rafforza la distanza tra cittadini e istituzioni invece che ridurla. Allora, è chiaro che per non incorrere nell'autoreferenzialità, è necessario inserirla in processi di democrazia inclusiva, come elemento conoscitivo im-

portante per arricchire i processi partecipativi, migliorando le azioni e gli interventi specificamente rivolti a gruppi di popolazione.

Pertanto, la customer non deve essere né un alibi né un feticcio: è uno dei modi di conoscere l'opinione dei ragazzi che fruiscono in questo caso di servizi calibrati sulle esigenze presunte e percepite dei cittadini più giovani.



Difatti, quello che qualifica l'apporto di una rilevazione della soddisfazione degli utenti, oltre alla corretta esecuzione, è l'utilizzo che delle informazioni ottenute viene effettuato: se viene impiegata per migliorare i servizi inserendo l'opinione dei fruitori all'interno di processi gestionali e valutativi partecipati che prevedono ulteriori forme di periodica verifica dell'adeguatezza dei bisogni del servizio, allora esprime al meglio le sue potenzialità per la trasparenza e la democraticità delle decisioni; diversamente può tradursi in un ulteriore fattore di allontanamento del giovane da quelle istituzioni che pensavano di poterlo avvicinare. 

VALUTARE: ESIGENZA O PROBLEMA?

Il pensiero e la cultura della valutazione rappresentano il filo conduttore del nostro operare sociale ma accompagnano anche la nostra vita quotidiana, nelle piccole e grandi cose; di solito ce ne accorgiamo solo nelle grandi occasioni, di fronte a scelte di un certo rilievo o alla verifica del raggiungimento di certi obiettivi che noi o altri c'eravamo dati o a comportamenti nostri o altrui che ci colpiscono. Per valutare utilizziamo criteri più o meno consapevoli, a volte giusti, a volte sbagliati ma che in noi sono preesistenti.

Nelle attività lavorative il pensiero valutativo assume ovviamente una diversa connotazione e i criteri non possono essere lasciati alla nostra soggettività: devono assumere una valenza scientifica frutto delle conoscenze possedute e delle esperienze fatte da noi e da altri. Nei servizi sociosanitari la cultura della valutazione non si è ancora pienamente diffusa come patrimonio condiviso, rimane ancora qualcosa di estraneo che ha a che fare con il giudizio.

La valutazione degli interventi sociali è oggettivamente difficile. Altre discipline possono più facilmente isolare i fenomeni da studiare e da valutare, mentre il lavoro sociale ha a che fare con la vita delle persone, con i loro problemi ma anche con i vissuti e le personalità diverse. Ovviamente non potremo mai valutare tutto, occorre scegliere alcuni aspetti della realtà che ci indichino nel modo più significativo possibile i risultati del nostro lavoro, in altri termini che siano in grado di rappresentare parti per il tutto con una buona approssimazione. La necessità di coniugare indicatori quantitativi e qualitativi in questo caso non dipende da richieste di tipo burocratico ma dalla consapevolezza dell'insufficienza delle descrizioni. I numeri possono essere significativi o del tutto inutili, dipende da come li utilizziamo: devono nel nostro caso fornire una cornice di riferimento precisa delle dimensioni del fenomeno di cui stiamo parlando e intorno al quale abbiamo lavorato e del rapporto fra risorse impiegate e risultati raggiunti. È all'interno di questa cornice di immediata evidenza che gli aspetti quantitativi possono assumere valore.



La valutazione degli interventi nell'area sociale e sociosanitaria è oggetto di attenzione e di accesa discussione, tuttavia tutti concordano sulla necessità di studiare e avviare processi valutativi che consentano di verificarne l'efficacia, non solo in relazione a un corretto uso delle risorse ma anche per favorire il loro sviluppo in termini di visibilità e riconoscimento sociale, uscendo dalla indeterminatezza e da pregiudizi inespressi quali ad esempio che si tratterebbe sì di servizi necessari, ma di cui è difficile verificare gli esiti.

Se questo è vero in generale, lo è particolarmente per interventi complessi che hanno obiettivi multipli, come quelli di promozione rivolti agli adolescenti e ai giovani, finalizzati a promuovere agio nei contesti di vita dei ragazzi e a ridurre condizioni di svantaggio e di rischio sociale. Vi sono anche orientamenti che giudicano inutile o, nella migliore delle ipotesi, impossibile, valutare gli esiti dei progetti e degli interventi.

Tra i molti che concordano sulla necessità di valutazione, vi sono diversità di opinione sulle modalità e gli strumenti: esiste da un lato una inclinazione, o una tentazione, di adottare metodologie sperimentate in sanità che consentono una relativa riduzione della complessità e l'impiego di indicatori utilizzabili su larga scala e dall'altro lato si sta facendo strada l'orientamento, senz'altro faticoso e difficile, a una ricerca autonoma che tenga conto della necessità di fare riferimento a un pensiero e a paradigmi propri del lavoro sociale.



LA QUALITA' DEL SERVIZIO GIOVANI

La scelta della qualità anziché rappresentare una qualche forma di adesione al modernismo è strettamente legata alla necessità di affrontare il dato spesso richiamato e ineludibile della complessità che caratterizza il settore di intervento per i giovani, siano essi di promozione o di prevenzione.

Confrontarsi con la qualità necessariamente chiama in causa la specifica identità degli interventi e dei servizi: che cosa facciamo, come lo facciamo, con chi e per chi. È bene chiarirsi cosa gli adolescenti e i giovani "guadagnano" grazie ai nostri interventi o che cosa perderebbero se non ci fossero.

Nel caso del lavoro sociale con la popolazione giovanile, ci sono delle criticità che non sono insormontabili ma di cui bisogna tener conto nell'analisi valutativa e che vanno esplicitate e condivise nell'approntare un piano di valutazione:

- l'intangibilità, ovvero si forniscono prestazioni non materiali e quindi difficilmente misurabili,
- la mutabilità dei punti di vista degli utenti,
- la negoziabilità in quanto è l'interazione diretta e continua fra operatori e ragazzi che genera ogni volta soluzioni a cui adeguarsi con flessibilità,
- la distanza tra ciò che viene erogata e ciò che viene percepito

Tenuto conto di queste premesse, il gruppo di lavoro ha determinato tutti gli elementi da sottoporre a indagine di customer rispetto ai destinatari diretti.



La realizzazione dello schema di intervista da sottoporre al campione, direttamente contattato dal rilevatore, è avvenuta sulla base della declinazione del concetto di qualità in elementi essenziali, per ciascun servizio, che consentissero di "fotografarlo" il più possibile. In altri termini, si sono enucleati gli items che aiutassero a misurare, analizzare e giudicare la qualità in modo da comprendere quali aspetti non funzionano e che possono essere migliorati.

Le dimensioni complessive della qualità condivise nel Servizio Giovani sono:

- efficacia attesa: capacità potenziale di un intervento di modificare in modo favorevole le condizioni delle persone
- efficacia pratica: risultati ottenuti dall'applicazione delle conoscenze, delle abilità professionali e delle tecnologie disponibili
- accettabilità: grado di apprezzamento del servizio da parte dell'utente
- efficienza: capacità di raggiungere i risultati attesi con il minor costo possibile
- adeguatezza/accessibilità: capacità di assicurare le prestazioni appropriate a tutti coloro che ne hanno veramente necessità
- appropriatezza: grado di utilità della prestazione rispetto al tema e allo stato delle conoscenze

Infine, i tre punti di vista da cui guardare l'ambito della qualità sono:

- 1) qualità percepita: relativa all'utenza, interessata soprattutto all'accessibilità e alla soddisfazione
- 2) qualità tecnica: relativa agli operatori, interessata alla qualità tecnico-scientifica e all'efficacia
- 3) qualità manageriale: relativa agli amministratori, interessati all'efficienza

Quello che qualifica l'apporto di una rilevazione della soddisfazione degli utenti (customer satisfaction), oltre alla corretta esecuzione, è l'utilizzo che delle informazioni ottenute viene effettuato: se essa viene impiegata per migliorare i servizi inserendo l'opinione dei fruitori all'interno di processi gestionali e valutativi partecipati che prevedono magari ulteriori forme di periodica verifica dell'adeguatezza dei bisogni del servizio, allora esprime al meglio le sue potenzialità per la trasparenza e la democraticità delle decisioni; diversamente può tradursi in un ulteriore fattore di allontanamento del giovane da quelle istituzioni che pensavano di poterlo avvicinare.

Le indagini sul grado di soddisfazione degli utenti dei servizi pubblici servono ad ascoltare e comprendere a fondo i bisogni che il cittadino esprime, porre attenzione costante al suo giudizio, sviluppare e migliorare la capacità di dialogo e di relazione tra chi eroga il servizio e chi lo riceve. Rilevare la customer satisfaction consente all'amministrazione di uscire dalla propria autoreferenzialità, aiutandola a relazionarsi con i cittadini, a conoscere e comprendere sempre meglio i bisogni dei destinatari ultimi delle proprie attività e a riprogettare, di conseguenza, sia le politiche pubbliche che il sistema di erogazione dei servizi. Occorre quindi che le amministrazioni diventino maggiormente capaci di dare valore al punto di vista dei cittadini, soprattutto quelli più giovani, e occorre che l'ascolto diventi una funzione permanente, pianificata e organizzata nel rispetto dei principi della governance.

RISULTATI SIGNIFICATIVI

Ambiti di indagine

Livello di conoscenza delle attività, dei centri, delle iniziative implementate in questi anni nonché degli uffici che operano in capo al Servizio Giovani

Gradimento dei giovani che realmente conoscono e fruiscono delle iniziative proposte e che possono dare giudizi di merito sui parametri di qualità definiti

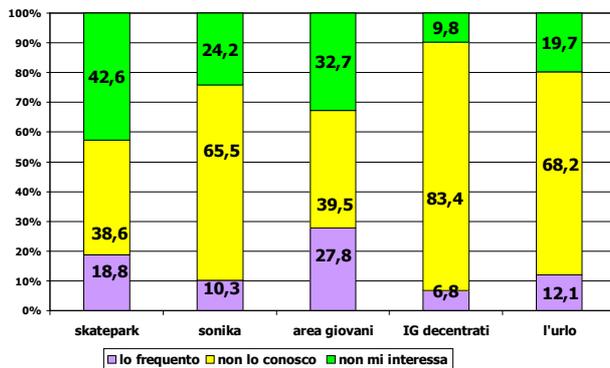
Proposte di potenziamento, miglioramento, ricalibratura dell'esistente

La rilevazione: 223 giovani

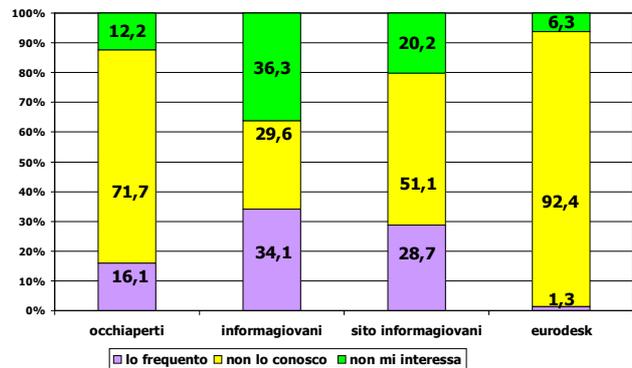


A) Generali

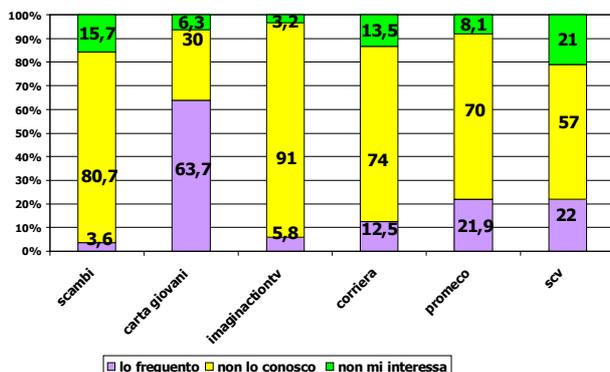
Spazi di aggregazione



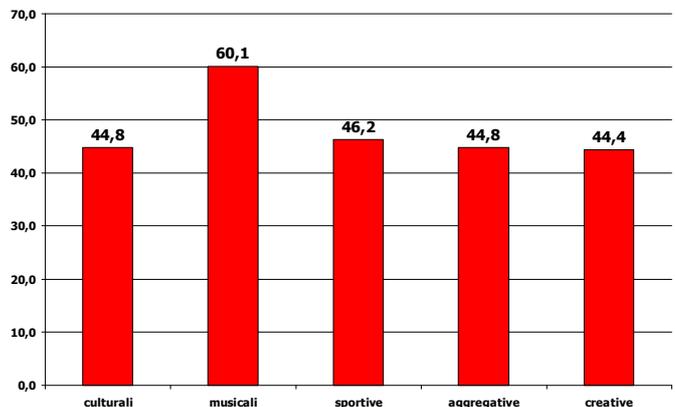
Punti di informazione e partecipazione



Opportunità e iniziative



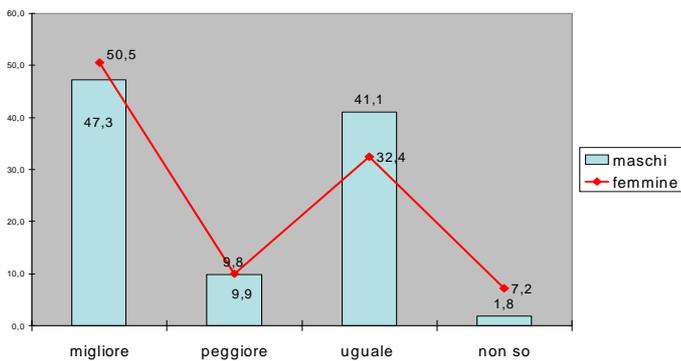
Iniziative da potenziare



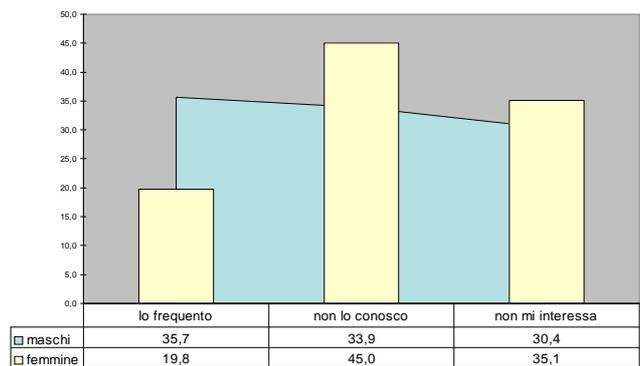
B) Disaggregati per genere



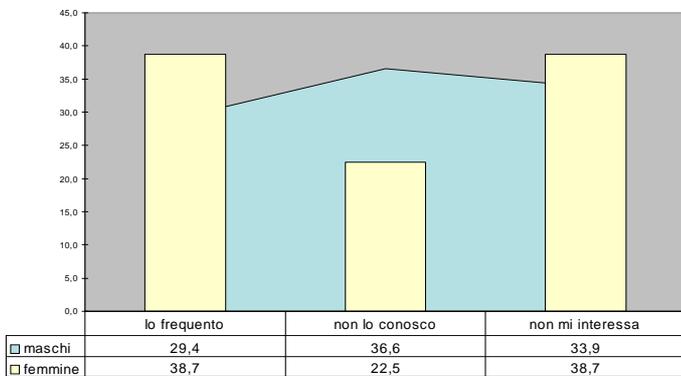
La qualità della vita a Ferrara



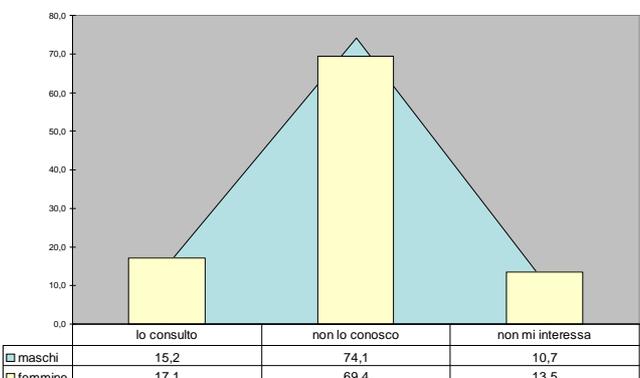
AREA GIOVANI



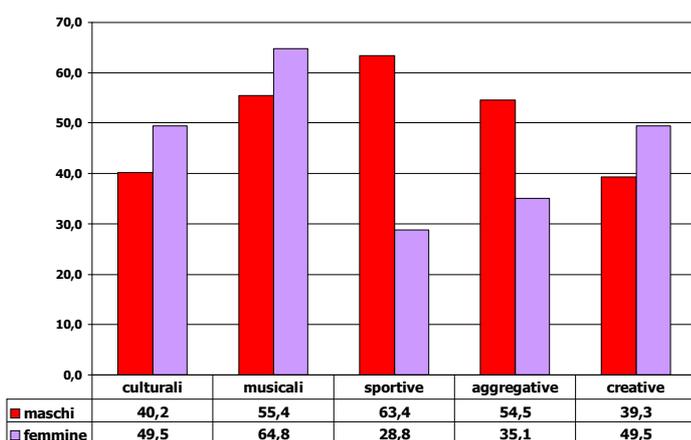
INFORMAGIOVANI



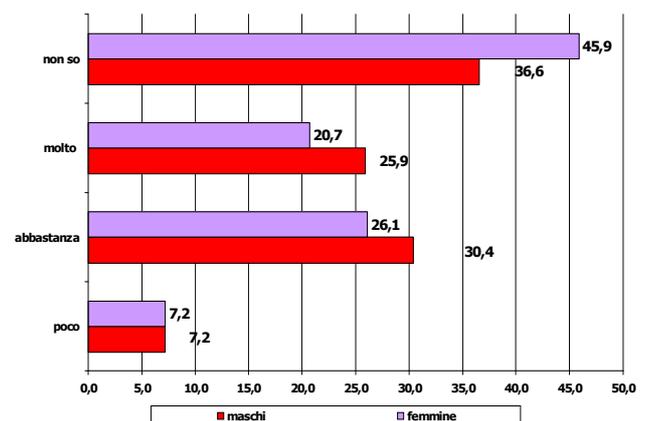
OCCHIAPERTI



Iniziative da potenziare



Soddisfazione sui servizi per i Giovani

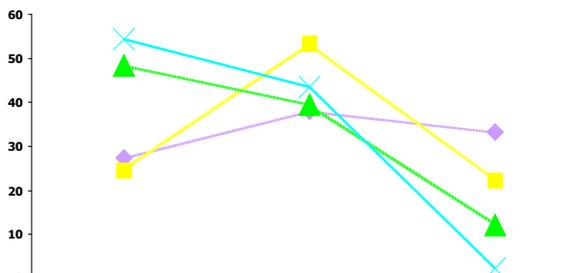


- Le ragazze sono più positive nei giudizi sulla qualità della vita a Ferrara
- Frequenza femminile più bassa nei centri di aggregazione ma più alta nell'Informagiovani
 - La frequenza è legata più alla conoscenza che all'interesse
 - Le ragazze accedono più dei maschi ai siti
- I maschi richiedono iniziative sportive e aggregative; le femmine iniziative culturali e creative

C) Disaggregati per classi di età



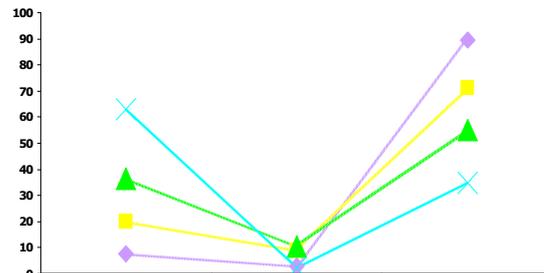
SKATEPARK



	non lo conosco	non mi interessa	lo frequento
14-16 anni	27,3	37,9	33,3
17-19 anni	24,4	53,3	22,2
20-24 anni	48,5	39,4	12,1
+ 24 anni	54,3	43,5	2,2



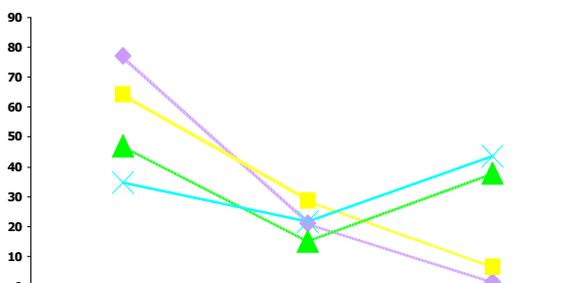
CARTA GIOVANI



	non la conosco	non mi interessa	la utilizzo
14-16 anni	7,6	3	89,4
17-19 anni	20	8,9	71,1
20-24 anni	36,4	10,6	55
+ 24 anni	63	2,2	34,8



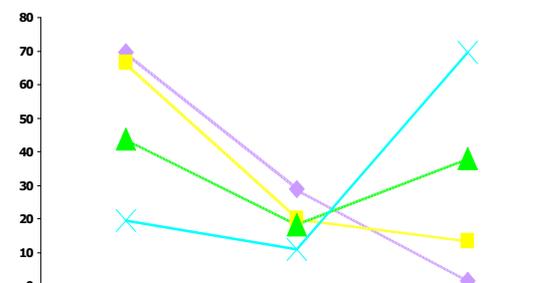
SERVIZIO CIVILE VOLONTARIO



	non lo conosco	non mi interessa	l'ho contattato
14-16 anni	77,3	21,2	1,5
17-19 anni	64,4	28,9	6,6
20-24 anni	47	15,2	37,9
+ 24 anni	34,8	21,7	43,5



SITO INFORMAGIOVANI



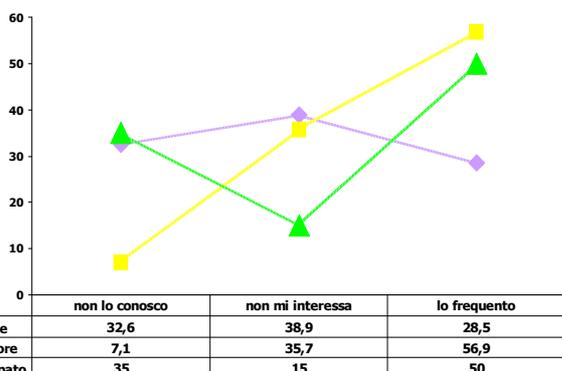
	non lo conosco	non mi interessa	lo consulto
14-16 anni	69,7	28,8	1,5
17-19 anni	66,7	20	13,3
20-24 anni	43,9	18,2	37,9
+ 24 anni	19,6	10,9	69,5

- I giudizi più positivi sulla qualità della vita a Ferrara provengono dai giovani maggiori di 24 anni; quelli più negativi dai 14-16enni
 - I servizi si connotano diversamente in base all'età:
 1. Skatepark, Urlo, Carta Giovani, Promeco, Corriera: al crescere dell'età si abbassano interesse e frequenza
 2. SCV, Informagiovani e Sito, Occhiaperti: al crescere dell'età si alzano interesse e frequenza
 3. Sonika e Area Giovani toccano maggiormente la fascia intermedia dai 17 ai 19 anni
- Dai 14 ai 16 anni le richieste sono di iniziative sportive, creative e aggregative; dai 17 ai 24 anni di iniziative musicali; dai 24 anni di iniziative culturali
- I ragazzi più piccoli sono più soddisfatti dei servizi ma la comunicazione Comune-Giovani va migliorata a prescindere dalla variabile età

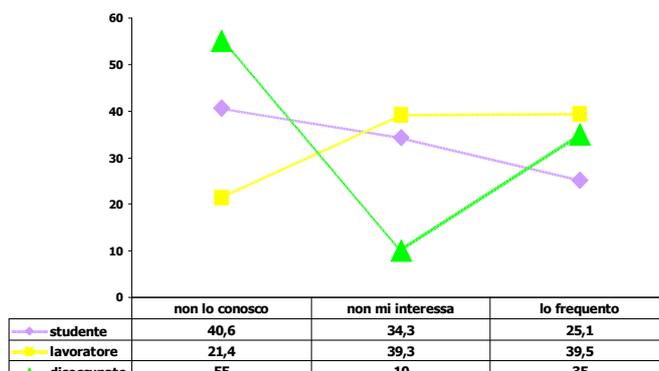
C) Disaggregati per condizione



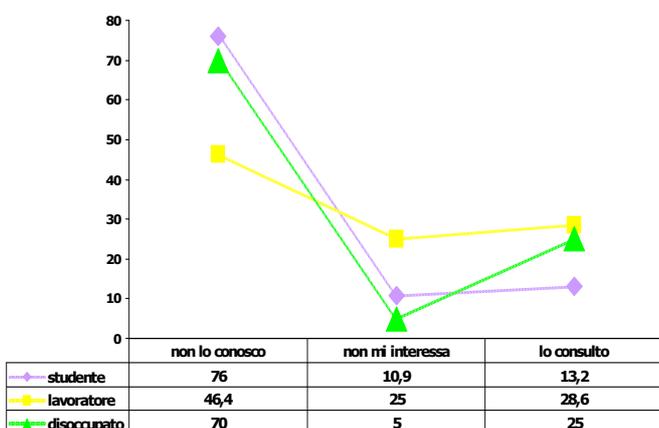
INFORMAGIOVANI



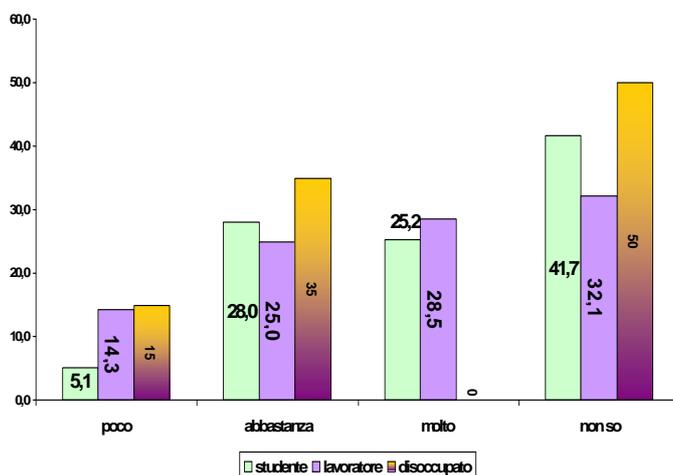
AREA GIOVANI



OCCHIAPERTI



Soddisfazione sui Servizi per i Giovani



- Gli studenti sono quelli meno informati e quindi è da migliorare la rete di comunicazione con le scuole
 - Accedono ai servizi per i giovani soprattutto lavoratori che sono anche più critici nei giudizi
 - Gli studenti chiedono con più forza il potenziamento delle iniziative in tutti gli ambiti tematici

Gradimento delle attività

Il gradimento da parte degli utenti è complessivamente molto elevato sui contenuti, la qualità delle informazioni, competenza e cortesia degli operatori; i giudizi più negativi sono sui dati strutturali (accessibilità, orari, tempi degli interventi nelle scuole).

Spunti di programmazione futura dell'Assessorato ai giovani

1. Maggiore attenzione alla politica di genere nei servizi
2. Potenziare l'informazione nelle scuole e nell'università
3. Canali comunicativi preferiti: internet, mail, stampa locale
 4. Migliorare la funzionalità e l'accessibilità
 5. Utilizzare Carta Giovani come veicolo informativo
 6. Ritarare iniziative di basso "successo"
7. Consolidare binomi giovani-cultura e giovani-musica

IN PRIMO PIANO:

Festa dell'Europa —9 maggio 2010

In occasione della Festa dell'Europa il Centro di Documentazione Europea dell'Università di Ferrara e Eurodesk—Informagiovani del Comune di Ferrara organizzano la proiezione gratuita del film "PARADA, la lezione di Miloud" del regista Marco Pontecorvo con Jalil Lespert, che si terrà sabato 8 maggio, alle ore 10:00, presso la Sala Boldini in via Previati 18. Un momento di riflessione per ricordare che il 2010 è l'anno europeo della lotta contro l'esclusione sociale e la povertà .

Una lettura consigliata

Jon Savage, L'invenzione dei giovani, Feltrinelli, 2009

Gli attori sociali che più di altri hanno rivoluzionato gli stili di vita e i costumi della società negli ultimi due secoli sono i giovani. Lo sviluppo della psicologia dell'adolescenza, la nascita della pubblicità e di un mercato pronto a sfruttare economicamente i loro gusti hanno portato l'autore J. Savage a sostenere un'interessante tesi: il futuro sarà dei teenager.

L'OSSERVATORIO ADOLESCENTI

si rivolge

a operatori pubblici e del privato sociale,
amministratori, insegnanti e genitori

si occupa

della raccolta di dati europei, nazionali e locali sui
comportamenti e gli stili di vita giovanili, svolgendo
anche ricerche e indagini a campione su temi inerenti
il pianeta adolescenza, contribuendone alla
diffusione di informazioni scientifiche.

si qualifica

per l'attivazione di un sistema di contabilità sociale
che permette di programmare le politiche giovanili in
maniera rispondente alle esigenze dei ragazzi e di
valutarne l'efficacia con calibrati e validati
strumenti di monitoraggio

CONTATTI

Osservatorio Adolescenti
Servizio Giovani e Relazioni Internazionali
Viale Alfonso d'Este 17 (Bagni Ducali) – Ferrara
Tel. 0532 744657/ Fax 0532 744630
e-mail: osservatorio.giovani@comune.fe.it