



# DI PUBBLICA UTILITÀ

**Nuove geografie del valore**

**RAPPORTO 2017**



A CURA DI:

---





# **SOMMARIO**

<b>OBIETTIVI DEL REPORT</b>	5
<b>1. INDAGINE QUANTITATIVA</b>	7
<b>1.1. L'universo di riferimento e l'impianto metodologico</b>	8
<b>1.2. Il forum online: motivazioni</b>	8
<b>1.3. Il forum online: metodologia</b>	9
<b>1.4. La rilevazione quantitativa: metodologia</b>	10
<b>2. GEOGRAFIE DELLA PU</b>	11
<b>2.1. Metodologia</b>	12

La crisi e le misure di cui la società e le istituzioni si sono dotate per fronteggiarla hanno impresso cambiamenti nei comportamenti degli individui e delle famiglie che compongono. Questi cambiamenti generano nuovi bisogni che sempre più trovano risposta da una pluralità di soggetti: dalla pubblica amministrazione a soggetti privati, dalle organizzazioni non profit fino a forme di aggregazione abilitate dalle nuove tecnologie.

Il Festival ha il duplice obiettivo di riportare al centro del dibattito il concetto di pubblico, inteso nella sua accezione di “interesse generale”, e di raccogliere idee innovative per favorire una crescita collettiva coerente con la nuova definizione di utilità pubblica.

## OBIETTIVI DEL REPORT

Obiettivi del report sono:

- produrre contenuti per la comunicazione della manifestazione;
- indagare il significato che l'Italia dà al concetto di Pubblico;
- dare fisicità al concetto di Pubblica Utilità attraverso numeri;
- dare un volto plurale alla Pubblica utilità.

Nello specifico l'area tematica indagata sarà il **CONCETTO DI PUBBLICO E (PUBBLICA UTILITÀ)** nel vissuto dei cittadini, in particolare:

- i significati;
- i soggetti;
- i servizi;
- le aspettative;
- il valore attribuito;
- le valutazioni.

Nell'area tematica in particolare sarà indagato il ruolo del pubblico (inteso come pubblica amministrazione) in merito a:

- Accesso ai servizi pubblici: il rapporto tra tasse/imposte e il costo dei servizi;
- Azioni per migliorare i propri servizi;
- Nuovi servizi che la Pubblica Amministrazione dovrebbe offrire.

L'area tematica verrà analizzata congiuntamente ad altri indicatori che consentiranno una lettura più approfondita del tema e verrà approfondita attraverso l'analisi di 10 case histories di pubblica Utilità.

## I SOGGETTI CHE EROGANO PUBBLICA UTILITA'

Obiettivo della ricerca è, come anticipato, comprendere nella percezione dei cittadini l'evidenza della funzione pubblica svolta da soggetti pubblici e non. I soggetti che a vario titolo possono creare valore pubblico sono:

- **IMPRESE:** possono offrire servizi a finalità pubblica, di pubblica utilità. Molte imprese costruiscono un rapporto virtuoso con il territorio che va oltre il tema della responsabilità sociale dell'impresa. Rapporto che costruisce e dilata la dimensione del pubblico.
- **IMPRESE COOPERATIVE:** nel loro dna hanno la funzione pubblica tradotta attraverso i principi del mutualismo. Fra i 7 principi della cooperazione il settimo parla proprio del rapporto con la comunità. (Imola è la città della cooperazione per eccellenza).
- **TERZO SETTORE:** il volontariato, l'associazionismo, le fondazioni e le imprese sociali sono organizzazioni con una finalità "di utilità generale" che traducono in maniera solidaristica, civica o di scambio di beni e servizi. La crisi ha aumentato la rilevanza di questi soggetti nell'offrire servizi e relazioni di interesse generale (si pensi al tema delle povertà o al tema servizi socio-assistenziali).
- **CITTADINI ORGANIZZATI:** nuova generazione di civismo che interpretano una nuova idea di pubblico. Cura degli spazi comuni, progetti collettivi, baratto di conoscenze e professionalità tra abitanti di una stessa comunità.
- **PUBBLICA AMMINISTRAZIONE:** Il ruolo della Pubblica Amministrazione è quello di erogare i servizi ai cittadini, regolare il mercato, mantenere un ruolo di controllo. Un ruolo che andrebbe potenziato o ridotto?).



# 1. INDAGINE QUANTITATIVA

## 1.1. L'universo di riferimento e l'impianto metodologico

L'universo della popolazione da indagare è rappresentato dai residenti sul territorio nazionale dai 18 ai 64 anni.

Tale popolazione è stimata in circa 37.000.000 di individui (Fonte: <http://demo.istat.it> popolazione residente al 1 gennaio 2016).

Per indagare il tema si propone un approccio modulare quali-quantitativo che prevede la realizzazione di 2 fasi di indagine:

La fase qualitativa preliminare che si sostanzierà in un forum di discussione online, volto ad esplorare le opinioni, i desiderata e le aree di soddisfazione/insoddisfazione nel rapporto tra italiani e «servizi pubblici».

Farà seguito la fase quantitativa, realizzata attraverso interviste online (CAWI). Questo secondo passaggio sarà in grado di fornire un ordine di grandezza e una misurazione statistica delle evidenze emerse nella precedente fase qualitativa.

## 1.2. Il forum online: motivazioni

All'avvio della ricerca, sarà utile comprendere che definizione danno gli italiani al concetto di pubblico e di «servizi di pubblica utilità», i livelli attesi di servizio e il/i soggetto/i ritenuto/i più idoneo/i per fornirli.

Al fine di avere uno strumento veloce di comprensione e screening di varie opzioni, proponiamo di realizzare un forum on line, una sorta di 'Blog/Community di discussione'.

- **Perché** il forum on line?
  - Ha una durata di **5 giorni** e consente di intervenire in modo asincrono sui vari temi di discussione.
  - Questo offre la possibilità di **mettere a confronto** le opinioni di persone residenti in diverse regioni italiane, di diverse età e occupazioni (con impegni e orari differenti).

- Permette di **riflettere con calma**, di ragionare con gli altri e di rivedere le proprie posizioni, leggendo i commenti altrui.
- Il **moderatore**, ricercatore qualitativo con esperienza in tema di utilities e settore pubblico, avrà il compito di animare e moderare la discussione, nonché di analizzare le risultanze.
- Attraverso l'utilizzo della piattaforma on line sviluppata da Ipsos in Italia sarà possibile **contenere i costi** di gestione dell'indagine.

### 1.3. Il forum online: metodologia

L'uso è semplice, è quello tipico delle community tematiche e dei social network. Ai partecipanti viene chiesto di accedere almeno 2 volte al giorno, leggendo e commentando i temi di discussione.

Idealmente si compone di 20-25 partecipanti. I partecipanti saranno reclutati in modo da ottenere un campione bilanciato (seppur non rappresentativo) sui principali criteri socio-demografici:

- Area geografica (25% Nord Est, 25% Nord Ovest, 25% Centro, 25% Sud & Isole)
- Ampiezza centro abitato (33% centri di piccole dimensioni, 33% di dimensioni medie, 34% grandi)
- Genere (50% uomini, 50% donne)
- Età (33% under 35, 33% 35-49 anni, 34% 50 anni o più)
- Professione (30% lavoratori dipendenti, 30% lavoratori autonomi, 40% non occupati)
- Titolo di studio (40% laureati, 60% non laureati)
- Orientamento politico (33% di sinistra/centro-sinistra, 33% di destra/centro-destra, 34% di centro/non schierati a destra o sinistra)

La discussione seguirà una traccia qualitativa, una guida che sarà gestita in modo flessibile dal moderatore. La traccia, che svilupperà tutti i principali temi di interesse, verrà predisposta da Symbola e Ipsos.

## 1.4. La rilevazione quantitativa: metodologia

L'approccio utilizzato sarà di tipo quantitativo, auto-compilato, con metodologia CAWI.

Il questionario verrà predisposto da Symbola e Ipsos: coprirà tutte le aree di interesse che emergeranno come rilevanti dopo la fase qualitativa. Sarà composto prevalentemente da **domande a risposta chiusa** (singola o multipla)

- La compilazione del questionario richiederà **non oltre 15 minuti**. Una lunghezza superiore potrebbe avere 2 effetti: uno legato all'abbandono dell'intervista, con la conseguenza di una distorsione campionaria; l'altro legato al più subdolo 'effetto stanchezza, che se da una parte può condurre a risposte poco meditate, dall'altra può indurre persino risposte casuali.
- Potranno essere inserite anche alcune **domande 'dummy'**, per pulire il campione in rientro da eventuali partecipazioni poco serie o meccaniche da parte degli intervistati.
- Si ipotizza di realizzare **1.000 interviste** quantitative.
- Il campione intervistato sarà **rappresentativo dell'universo di riferimento** per genere, età, area geografica e status lavorativo. Per la successiva ponderazione saranno inoltre utilizzate dimensioni socio- demografiche quali professione, titolo di studio e orientamento politico.



## **2. GEOGRAFIE DELLA PU**

## 2.1. Metodologia

L'obiettivo di questa sezione del rapporto è quello di dare fisicità al tema della Pubblica Utilità attraverso la selezione e il racconto di 10 case histories.

La ricerca, analizzerà cinque tipologie di soggetti:

- imprese;
- imprese cooperative,
- terzo settore;
- cittadini organizzati;
- pubblica amministrazione.

Sulla base dell'esperienza maturata si rileva come, aldilà del puro aspetto conoscitivo, la ricerca potrà avere effetti su:

- **COMUNICAZIONE:** Attraverso la costruzione di un racconto complessivo del sistema, si potrà contribuire alla emersione di esperienze a livello nazionale (media);
- **RELAZIONI:** L'avvio di relazioni tra le organizzazioni mappate nello studio;
- **EMULAZIONE:** Lo stimolo di dinamiche di emulazione necessarie a rafforzare i cambiamenti qualitativi in atto nel Paese.

La ricerca si articola in più fasi. In una prima fase la raccolta delle informazioni avverrà attraverso interviste a opinion leader appartenenti ai mondi dell'impresa, delle autonomie funzionali, dell'associazionismo e della pubblica amministrazione.

La seconda fase sarà finalizzata a individuare casi rappresentativi del generale della pubblica utilità. L'approccio operativo si baserà su un metodo mutuato dalla prassi internazionale, e in particolare dalla Metodologia OCSE<sup>1</sup>, individuati attraverso interviste a opinion leader del territorio e a informazioni fornite dal committente.

Symbola, sulla base delle informazioni raccolte si procederà alla selezione di illustrative case study<sup>2</sup> rappresentativi delle molteplici declinazioni della analisi pubblica Utilità. Una geografia di soggetti, che pur non avendo nessuna pretesa di esaustività cercherà di ricostruire una prima foto di gruppo delle diverse forme di pubblica utilità in Italia.

---

1 The exploratory Case Study (Metodologia in progress ed esplorativa per parole chiave)E' un case study di più breve applicazione, intrapreso prima di effettuare uno studio di portata più ampia. La sua funzione è quella di sviluppare domande, misure, disegni e strategie analitiche di valutazione per studi più impegnativi. È ragionevole utilizzare tale tipo di case study se esiste incertezza in merito a parametri, operazioni di programma, scopi e risultati da valutare.

2 Critical Instance Case Study (Metodo "clinico" di approfondimento qualitativo). È una delle applicazioni maggiormente usate ed esamina uno o più ambiti con lo scopo di studiare una situazione di interesse specifico. Il metodo è particolarmente adatto per determinare relazioni di causa - effetto, assicura di non aver sottovalutato l'importanza di alcuni fattori importanti per la valutazione, riuscendo a fornire un quadro complesso della decisione da valutare.

