

## INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION 2016

### Presentazione dell'indagine e note di commento ai risultati

#### L'indagine: metodologia di svolgimento e specifiche

L'indagine di "Customer Satisfaction", ovvero di "Soddisfazione del Cliente", si propone di individuare il livello di qualità percepito dall'utente del servizio di trasporto pubblico locale svolto da BluBus e, quindi, il gradimento rispetto a vari aspetti del servizio stesso che sono oggetto di domande riconducibili agli **11 "Fattori della Qualità" individuati nella Carta dei servizi della Regione Toscana**: la sicurezza, la regolarità, la pulizia, il comfort, i servizi aggiuntivi a bordo e nelle stazioni, i servizi per disabili, le informazioni all'utenza, gli aspetti relazionali e di comunicazione, il livello di servizio commerciale e di front-office, l'integrazione modale e l'attenzione all'ambiente. Ricordiamo che la Carta dei Servizi è il documento che, in base alla normativa regionale, impegna ogni azienda toscana che svolge servizio di trasporto pubblico locale alla trasparenza della propria attività anche mediante la pubblicazione degli standard qualitativi del servizio offerto ed i relativi obiettivi di miglioramento, a partire dal livello di soddisfazione dell'utenza risultante dall'indagine di Customer Satisfaction.

L'indagine, i cui esiti saranno anche riportati nella Carta dei servizi 2017, è stata svolta per il quarto anno consecutivo dalla Società specializzata TiForma di Firenze, nel periodo compreso tra il 14 ed il 30 novembre 2016, nel rispetto della normativa regionale in materia definita con il Decreto Dirigenziale della Regione Toscana n° 7261/2005. Sono state effettuate complessivamente **816 interviste** a passeggeri in attesa alle fermate o a bordo dei bus. Le interviste sono state pianificate per linea ed orario, in modo da interessare l'intera rete di servizio nelle diverse fasce orarie della giornata.

Il campionamento dell'utenza è stato determinato numericamente rispetto al totale dei passeggeri di BluBus, al fine di ottenere un livello fiduciario dell'indagine del 95% e una significatività dei risultati rispetto alle categorie "servizio urbano" e "servizio extraurbano". L'elaborazione dei dati per ogni altra tipologia di suddivisione non risulta quindi rappresentativa e non ha valore statistico, anche se l'analisi può suggerire indicazioni interessanti, valutabili nella definizione delle scelte aziendali.

#### L'utenza intervistata: le caratteristiche

Ai fini di una migliore comprensione dei valori di gradimento che emergono dall'indagine, è opportuno partire da un'analisi del **campione di utenza** considerato. La fotografia che ne risulta ("Presentazione", pagg. 7-8) non evidenzia significative differenze rispetto all'utenza campione dell'indagine 2015:

- ✓ la **fascia dell'età** attiva (19-60 anni) è di gran lunga prevalente (oltre il 60%), seguita dalla fascia "oltre 60 anni" rispettivamente nel servizio urbano (al 22%) e nel servizio extraurbano (al 24%) e da quella dei giovani fino a 18 anni (14% in entrambe le categorie di servizio). Rispetto alle edizioni precedenti dell'indagine, si consolidano complessivamente le fasce di età 19-60 e oltre 60 anni;
- ✓ la **professione**: "lavoratori dipendenti" e "studenti" rimangono le categorie che più utilizzano il trasporto pubblico;

- ✓ le **donne** che utilizzano il bus risultano anche nel 2016 più numerose rispetto agli uomini: 60% rispetto al 40% dell'utenza maschile, per entrambe le categorie di servizio urbano ed extraurbano;
- ✓ la **“frequenza di utilizzo dei bus”** indica che la maggior parte degli utenti lo utilizza quotidianamente, mentre circa un terzo dell'utenza lo usa qualche volta la settimana;
- ✓ per quanto riguarda il **titolo di viaggio utilizzato**, l'abbonamento presenta una percentuale di utilizzo sostanzialmente speculare al valore degli utenti che utilizzano giornalmente il bus, complessivamente circa la metà dei passeggeri. I viaggiatori occasionali, anche se abituali, utilizzano prevalentemente il biglietto;
- ✓ il **motivo di spostamento abituale** con il servizio pubblico si conferma “lavoro-studio”;
- ✓ la differenza di valori che si rileva nella tabella “Motivo dello spostamento in questo momento” rispetto alla tabella “Motivo dello spostamento abituale” è da attribuire alla specifica situazione dell'intervista e quindi, ad esempio per quanto riguarda gli studenti ed i pendolari, all'orario in cui è stata effettuata l'intervista;
- ✓ infine, tra i **motivi di scelta dell'autobus**, quasi la metà degli intervistati (47% nel servizio urbano, 45% nel servizio extraurbano) ha difficoltà ad usare un altro automezzo. Nell'urbano la seconda motivazione in ordine di importanza (26% degli intervistati) consiste nel non avere problemi di parcheggio, mentre nell'extraurbano (20% degli intervistati) è data dalla convenienza economica.

## GLI ESITI DELL'INDAGINE: LE RISPOSTE DEGLI UTENTI

### La valutazione complessiva del servizio

La “valutazione complessiva del servizio” riportata a pag. 16 indica un valore molto alto di soddisfazione (pari all'83,70%), pur inferiore al valore di punta raggiunto nel 2015 (87,69%), che si ricollega ai valori degli anni dal 2011 al 2014 con un trend comunque nettamente positivo.

Il gradimento del **“servizio urbano”** migliora rispetto all'anno precedente (passando dall'83,82% all'84,33%), raggiungendo un livello di soddisfazione mai registrato dal 2011, mentre il gradimento per il **“servizio extraurbano”** registra ancora un valore molto alto di soddisfazione (83,42%), ma in diminuzione rispetto al valore di picco del 2015 (89,48%).

### Il gradimento espresso per i fattori della qualità

L'analisi del gradimento che risulta nella tabella **“Valutazione dei fattori della qualità”** (pag. 17) rileva ben 10 fattori su 11 con soddisfazione degli utenti superiore al 70%.

Nella valutazione del servizio da parte dell'utenza si conferma un altissimo livello di gradimento della **“Sicurezza”** (soddisfazione al 95,83%), intesa sia come sicurezza complessiva del viaggio, che come sicurezza personale.

Anche la **“Regolarità del servizio”** presenta un valore di gradimento certamente alto (pari all’80,58%), con un forte miglioramento rispetto agli anni precedenti, sia nel servizio urbano che nel servizio extraurbano.

La **“Pulizia dei mezzi”** conferma anche nel 2016 un gradimento complessivo particolarmente elevato (83,15%) e in miglioramento rispetto al 2015. Tuttavia si rileva che mentre il gradimento risulta in notevole crescita nel 2016 per il servizio extraurbano, appare invece in flessione nel servizio urbano (dopo i balzi in avanti registrati nel 2014 (60,77%) e soprattutto nel 2015 (78,84%), attestandosi comunque su di un apprezzabile 68,88%. In questo caso, dato che l’attività di pulizia dei mezzi viene svolta con identici parametri rispetto ai due anni precedenti, è presumibile che l’utenza, una volta apprezzato il significativo miglioramento rilevato dal 2014, abbia rivisto al rialzo le proprie aspettative rispetto a questo profilo del servizio.

La **“Comodità del viaggio”** è misurata da un ottimo gradimento (82,11%), anche se in diminuzione rispetto al 2015, presumibilmente per una maggiore vetustà dei mezzi più vecchi che non è stato possibile ad oggi sostituire, mentre l’utenza si è ormai abituata ai mezzi che sono stati frequentemente rinnovati negli ultimi 3-4 anni.

La crescita del gradimento del fattore **“Servizi aggiuntivi a bordo e nelle stazioni”**, che nel servizio urbano registra un fortissimo balzo in avanti, portandosi dai livelli del tutto inadeguati del 2015 al 71,43% del 2016, ha probabilmente premiato l’attenzione ed il miglioramento qualitativo del servizio offerto all’utenza nella importante Biglietteria di Pistoia, nonché il consolidamento del servizio di vendita dei biglietti via sms.

Piuttosto rilevante (e meritevole di ulteriori approfondimenti operativi) appare invece il decremento registrato dal fattore **“Informazione alla clientela”**, che scende a un complessivo 79,61% (comunque più che buono), mostrando valori in flessione sia nel servizio urbano che in quello extraurbano.

Sempre molto alto risulta il gradimento per il fattore **“Aspetti relazionali e di comunicazione”** (che si attesta al 93,26% di soddisfazione) e per il fattore **“Livello di servizio commerciale e di front-office”** (quest’ultimo relativo alla reperibilità dei titoli di viaggio), che registra un livello record di utenti soddisfatti del 96,57%.

Molto alto risulta anche il valore complessivo dell’88,49% di gradimento del sistema di **“Integrazione modale”**, ovvero delle coincidenze fra linee portanti o dorsali e le linee secondarie che consentono la capillarizzazione del servizio, sia in ambito urbano che extraurbano.

Infine il fattore **“Attenzione all’ambiente”** registra una flessione importante al 71,66% di utenti soddisfatti, in quanto tutti gli sforzi sin qui compiuti di rinnovo del parco veicolare hanno semplicemente rallentato ma non radicalmente invertito l’inesorabile invecchiamento medio dei mezzi; inversione che dovrà necessariamente passare dall’assegnazione definitiva della gara regionale del TPL e delle relative, indispensabili, risorse per gli investimenti.

L’unico fattore che registra un gradimento assolutamente insoddisfacente (40,23%) è quello relativo ai **“Servizi per disabili”**, che risulta tradizionalmente critico per il nostro servizio per vari motivi oggettivi: prima di tutto per le caratteristiche dei bus utilizzati, non tutti accessibili da parte di viaggiatori in carrozzina; poi, perché anche quelli agibili sono per lo più dotati di pedana estraibile meccanica che presenta, per caratteristiche costruttive, un funzionamento scarsamente affidabile. Per questo motivo l’Azienda si è recentemente orientata sull’adozione di pedane con apertura manuale, acquistando anche una dotazione di pedane manuali portatili. Un altro aspetto importante, inoltre, è dato dall’agibilità delle fermate che, per con-

sentire l'accesso sui bus, dovrebbero essere "abilitate", cioè realizzate con specifici parametri che consentano in sicurezza l'utilizzo delle pedane dei bus. Infine, l'affollamento dei bus negli orari di punta costituisce un ulteriore aspetto di criticità per questo fattore, sui cui occorrerà intervenire d'intesa con gli enti concedenti.

Nella tabella "**Valutazione di importanza di alcuni fattori da parte degli utenti**" (pag. 18) gli aspetti più importanti risultano la "Regolarità del servizio" seguita dalla "Sicurezza complessiva del viaggio", in entrambe le tipologie di servizio urbano ed extraurbano. Nel servizio urbano al terzo posto si colloca il "Comportamento del personale", mentre nell'extraurbano il "Livello di coincidenza".

La tabella finale "**Alcune aree prioritarie di miglioramento**" (pag. 20) indica una selezione delle principali priorità di intervento che si è data l'Azienda a seguito degli esiti dell'indagine di soddisfazione. In pratica, sono stati esaminati i fattori di qualità che gli utenti hanno indicato come più critici, incrociandoli anche con i relativi dati oggettivi e misurabili a nostra disposizione, in modo da avere un quadro basato sulle percezioni dell'utenza e sulle oggettive caratteristiche del servizio offerto.

Pistoia, 01/02/2017