



Qualità percepita dagli utenti dei servizi interurbani di trasporto pubblico della provincia di Mantova

Analisi dei risultati

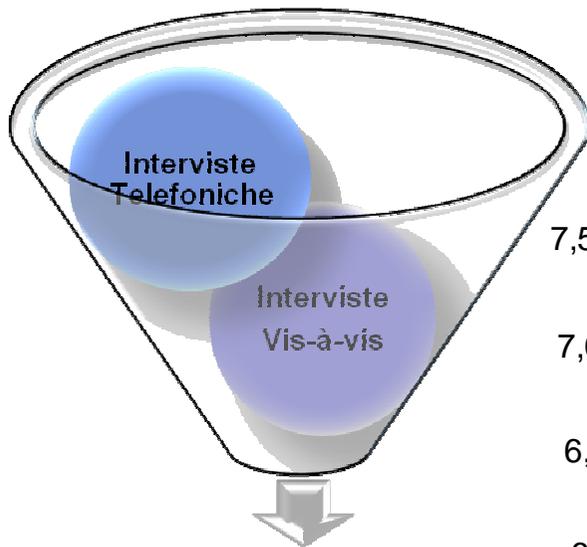
Giugno 2014

Customer Satisfaction in sintesi

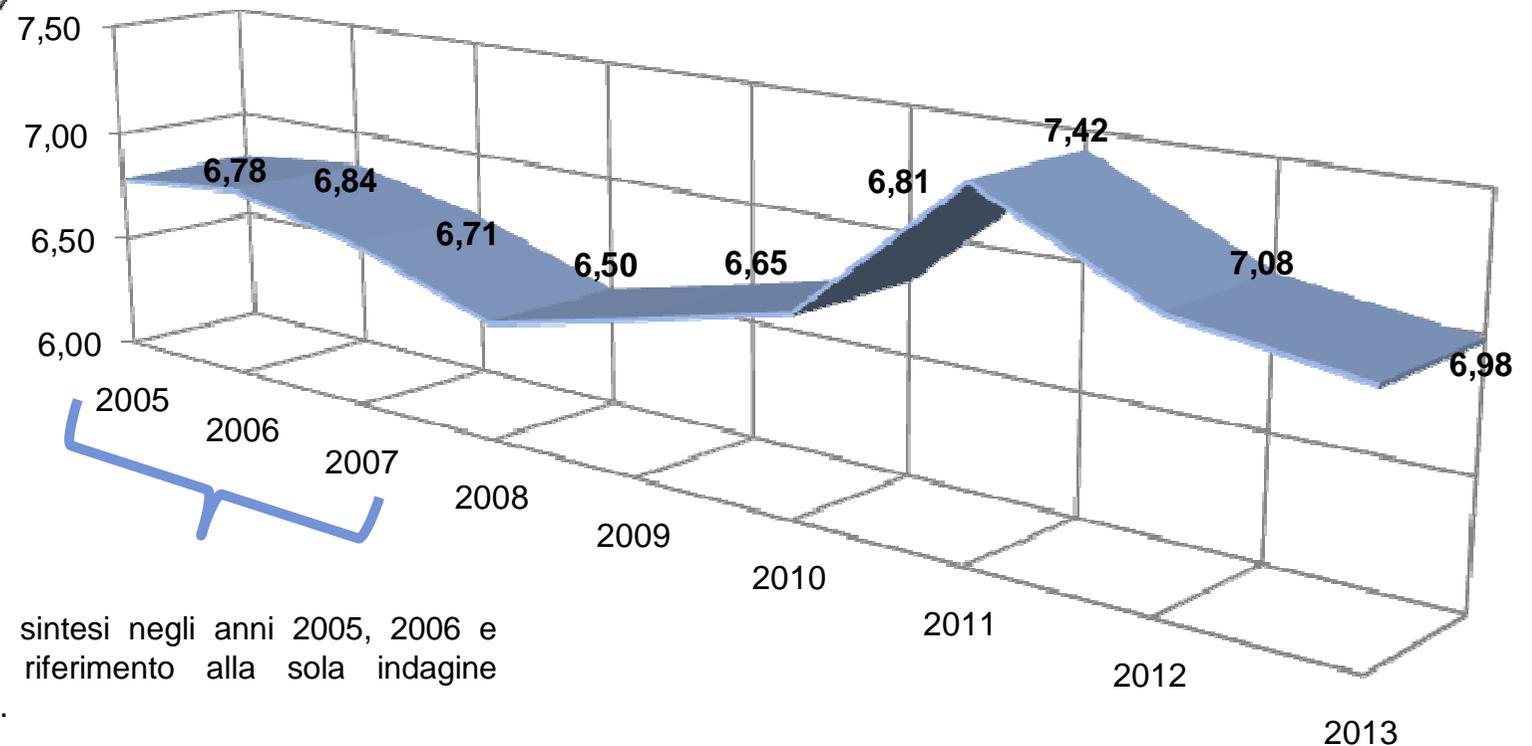


Valutazione di sintesi del servizio

Il giudizio che gli utenti hanno attribuito al servizio interurbano è in leggera flessione rispetto al 2012 e si conferma la tendenza, rilevata a partire dal 2012, nel giudicare con più severità il servizio; tuttavia la valutazione di sintesi si mantiene ad un **livello di adeguatezza**.



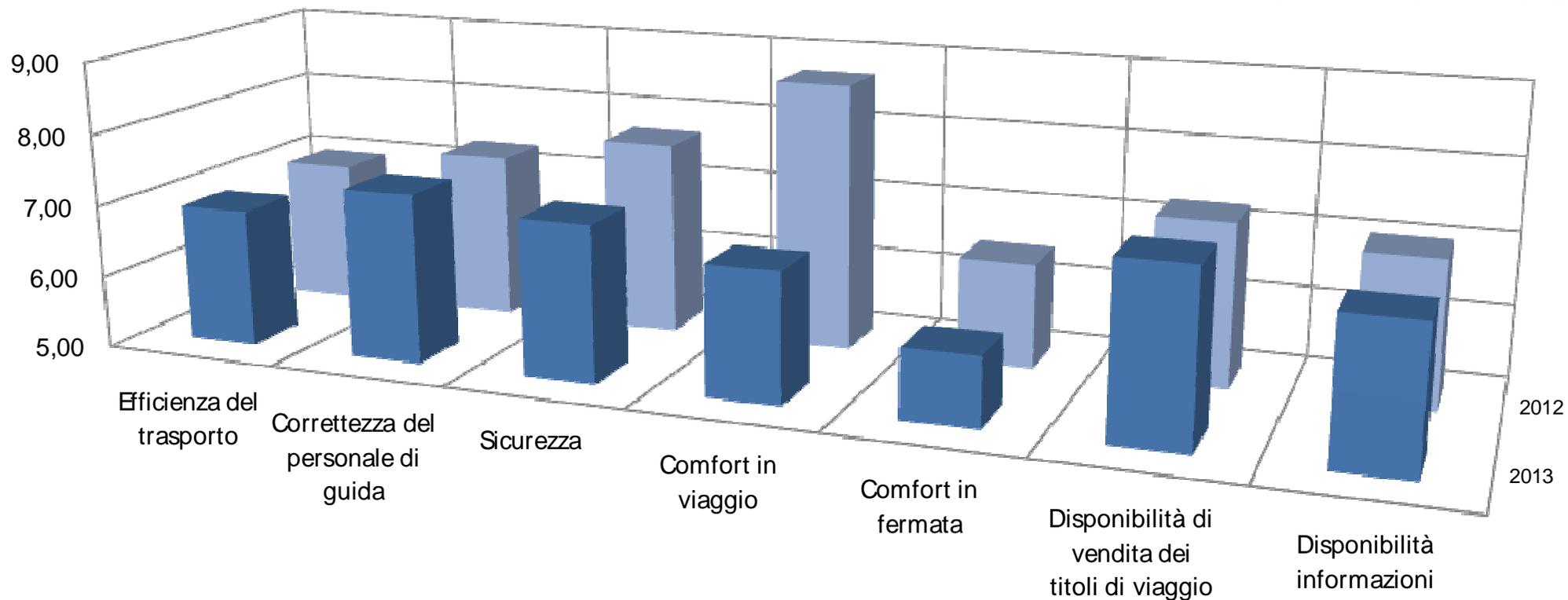
Voto di sintesi
6,98



Il voto di sintesi negli anni 2005, 2006 e 2007 fa riferimento alla sola indagine telefonica.

Macrofattori

Voto di sintesi



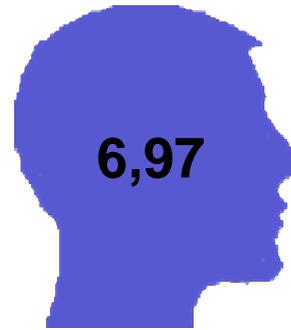
	Efficienza del trasporto	Correttezza del personale di guida	Sicurezza	Comfort in viaggio	Comfort in fermata	Disponibilità di vendita dei titoli di viaggio	Disponibilità informazioni
■ 2013	6,90	7,34	7,16	6,79	5,95	7,36	6,94
■ 2012	6,98	7,30	7,68	8,69	6,44	7,25	7,00

Macrofattori

Voto per sesso



Voto di
sintesi



Efficienza del
trasporto



Comfort in
viaggio



Correttezza
del personale
di guida



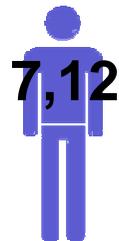
Comfort in
fermata



Disponibilità
informazioni



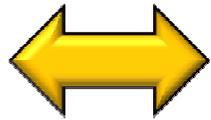
Sicurezza



Disponibilità
di vendita dei
titoli di viaggio



Considerazioni di sintesi



In generale gli utenti considerano adeguato (voto di sintesi = 6,98) il servizio interurbano e confermano in sostanza il giudizio di sintesi dato nel 2012 (7,08)



Per tutti i fattori si rileva un incremento dell'importanza attribuita da parte del campione di utenti intervistati



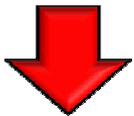
Quasi tutti i fattori ottengono una valutazione prossima al **7**, soglia indice dell'**adeguatezza del servizio**



Unica variazione significativa si rileva per il fattore "Comfort" sia in fermata che in viaggio per il quale il giudizio complessivo si riduce notevolmente rispetto al voto del 2012



Punti di forza: capillarità del servizio, comodità percorsi, comportamento del personale, puntualità e rapporto qualità prezzo



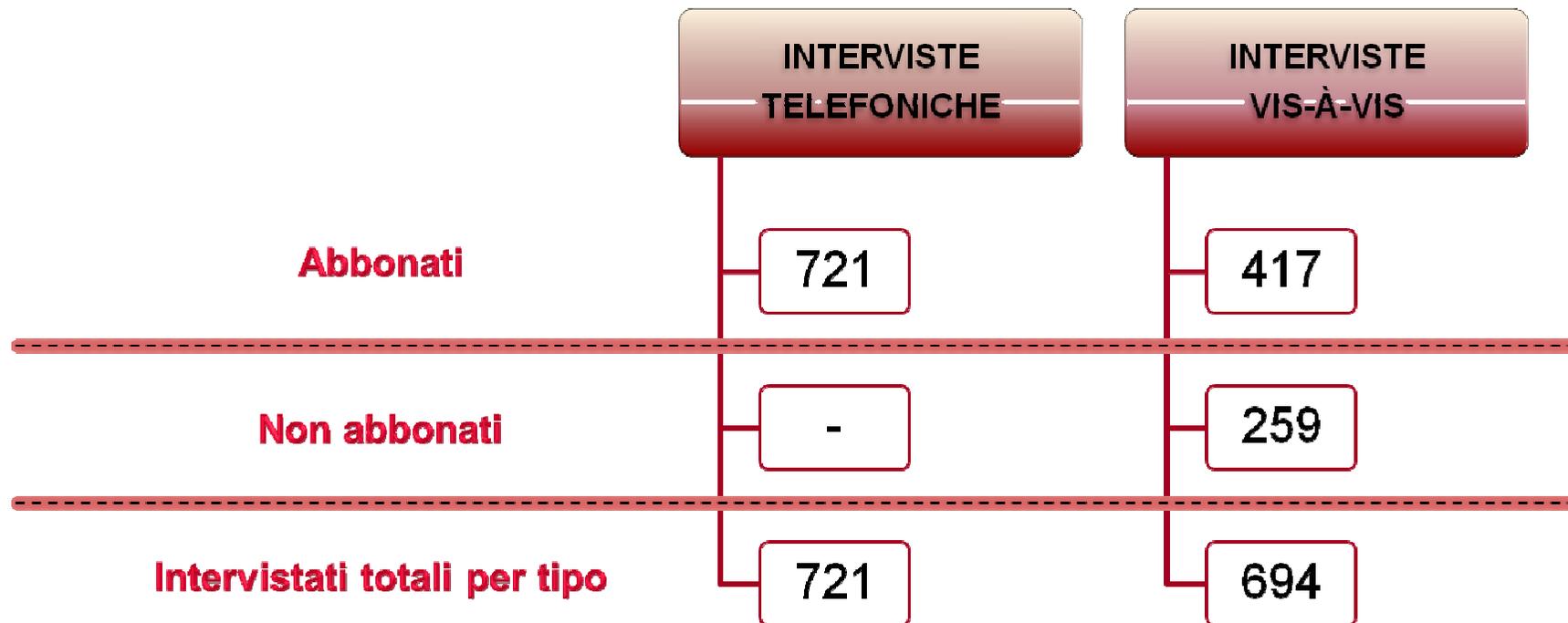
Criticità: affollamento dei mezzi, mancanza di informazioni, ritardi e pulizia

Customer Satisfaction: il campione



Numerosità del campione

L'indagine di *Customer Satisfaction* 2013 relativa al servizio di trasporto pubblico interurbano erogato da APAM si è svolta nel corso del mese di marzo 2014 utilizzando le stesse tecniche degli anni precedenti (interviste telefoniche agli abbonati e interviste *vis-à-vis* agli utenti abbonati e non abbonati delle linee 2, 25, 26, 28, 31 e 46) e il sistema di fattori e microfattori di qualità impiegato nel corso dell'indagine 2012.



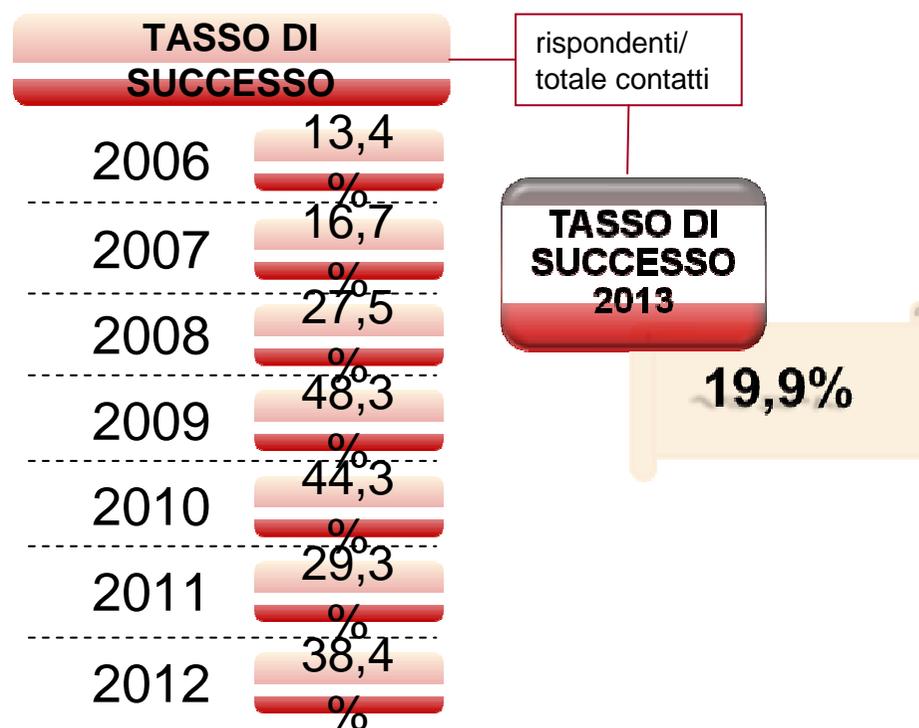
TOTALE INTERVISTE: 1.415

Interviste telefoniche: tasso di successo

Per ottenere le 720 interviste complete è stato necessario effettuare oltre 3.600 contatti telefonici, con un tasso di successo inferiore al 20%, il più basso degli ultimi cinque anni, evidente sintomo di una ridotta predisposizione degli utenti ad essere intervistati.

Il basso tasso di risposta può avere delle ripercussioni sulla casualità del campione e pertanto spiegare in parte il calo del livello di soddisfazione dell'utenza rispetto al 2012.

La disaffezione degli utenti nei confronti delle indagini telefoniche può aver favorito una composizione del campione sbilanciata con una presenza più numerosa di soggetti non soddisfatti e pertanto più disponibili a manifestare lo scontento.



Customer Satisfaction: i numeri



Fattori e microfattori

La struttura dei parametri è analoga -quindi confrontabile- a quella utilizzata per le indagini svolte in precedenza; tuttavia è stata inserita in via sperimentale una sezione dedicata ai canali digitali in relazione ai nuovi servizi di informazione e di comunicazione attivati da APAM.



- (*) Relativamente agli orari
- (**) Indicazione sui bus tramite messaggio elettronico o cartellone con indicazione numero e linea
- (***) Sistema audio/video che comunica la fermata successiva ai presenti a bordo



Modello di rilevazione

Le valutazioni degli utenti intervistati, chiamati ad esprimersi sui fattori e microfattori che caratterizzano la qualità del servizio, sono restituite attraverso indicatori numerici di sintesi.

Gli indicatori (di sintesi sul servizio e di dettaglio su ogni fattore e microfattore) sono calcolati sulla base delle espressioni di voto degli utenti riferite all'importanza (quanto è importante quel dato fattore e microfattore) e alla soddisfazione (quanto l'utente ne è soddisfatto).



Importanza per fattori e microfattori

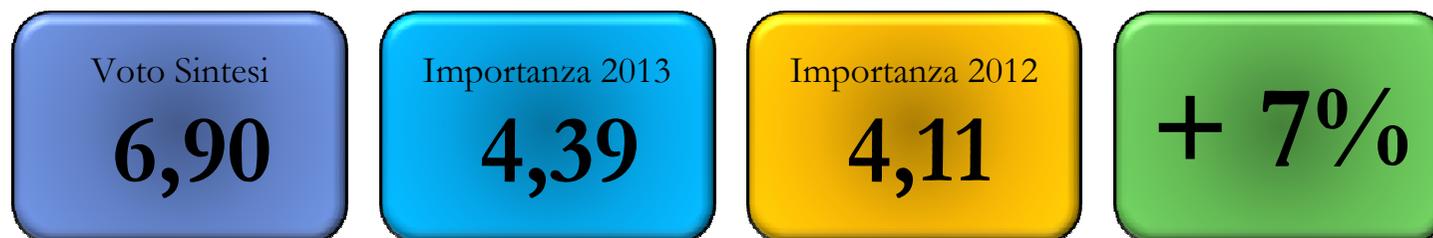
Gli utenti sono chiamati ad esprimere il loro giudizio in relazione al diverso grado di importanza attribuito ai singoli fattori e microfattori (indipendentemente dal giudizio espresso) al fine di individuarne una gerarchia.

Classificare i fattori di qualità del servizio in relazione alla importanza attribuita dagli utenti consente di individuare delle priorità e di agire su ciò che influenza maggiormente la soddisfazione delle esigenze dell'utente.

Gli utenti intervistati hanno pertanto potuto attribuire l'importanza di ogni fattore del servizio sulla base di una scala di valori da 1 a 5.

Rispetto al 2012 per tutti i fattori e microfattori si rileva un incremento dell'importanza: gli utenti hanno assegnato ai fattori di qualità un valore dell'importanza più elevato rispetto al 2012.

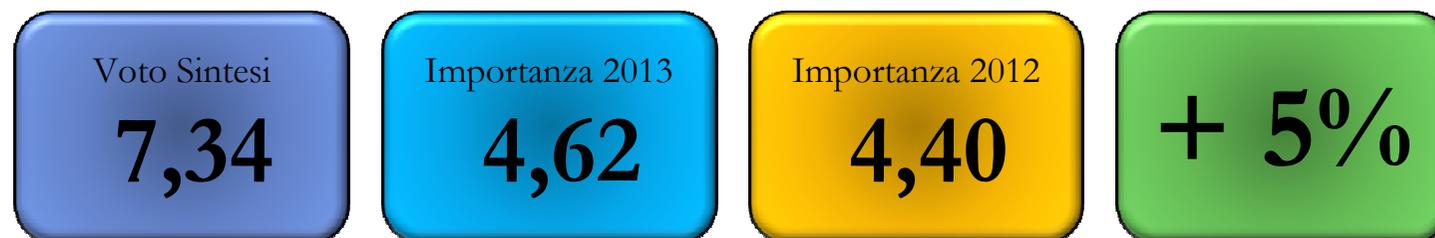
Efficienza del trasporto



Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Puntualità alla partenza	4,64	4,72
Puntualità all'arrivo	4,68	4,56
Durata del viaggio	4,24	3,92
Numero coincidenze da utilizzare	3,98	3,23

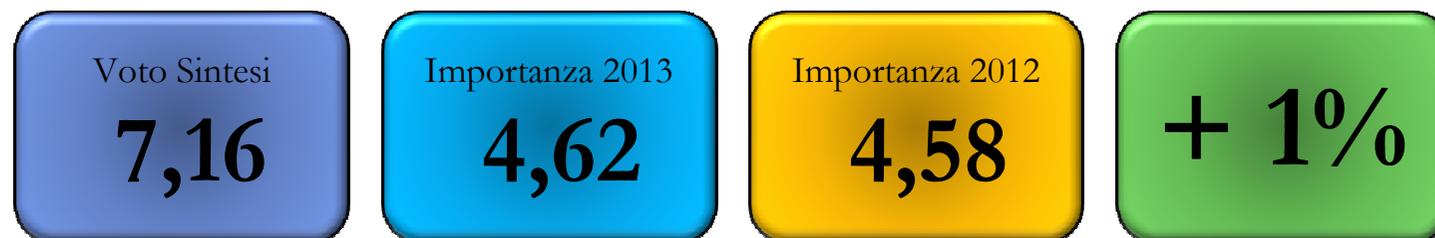
Correttezza del personale di guida



Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Guida e gestione del servizio	4,66	4,52
Cortesìa e disponibilit�	4,57	4,27

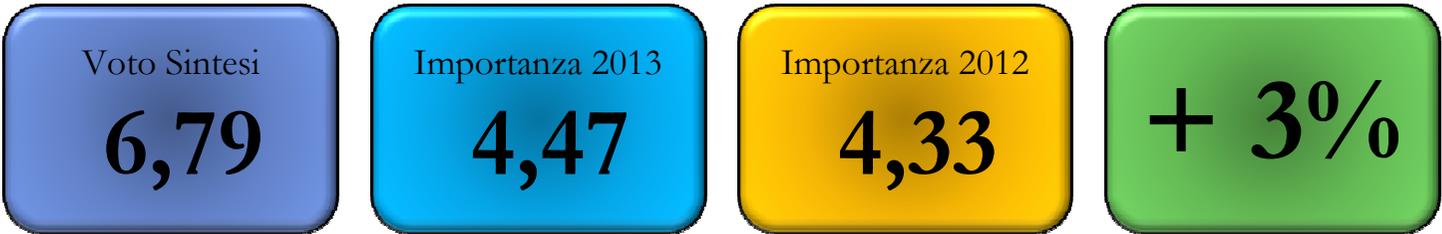
Sicurezza



Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Riparo da furti e molestie	4,59	4,57
Riparo da incidenti o infortuni	4,65	4,60

Comfort in viaggio

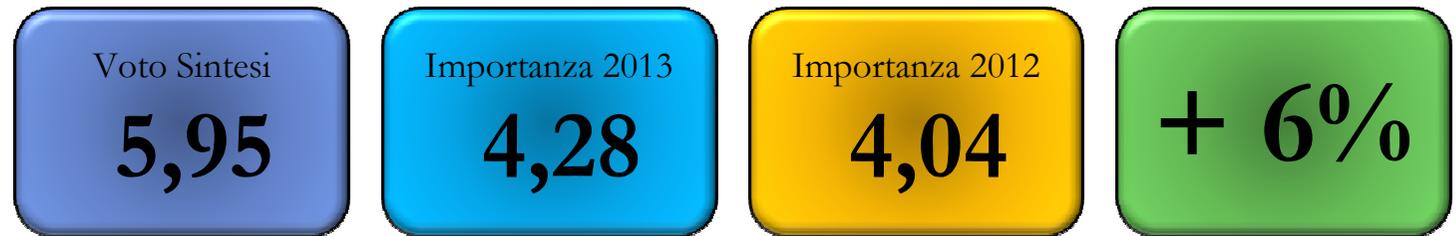


Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Disponibilità di spazio durante il tragitto	4,60	4,53
Pulizia dei sedili e degli appoggi	4,52	4,35
Porte, finestrini funzionanti	4,37	4,25
Riscaldamento efficiente in inverno	4,55	4,30
Rinfrescamento efficiente nei periodi di calura	4,31	4,23



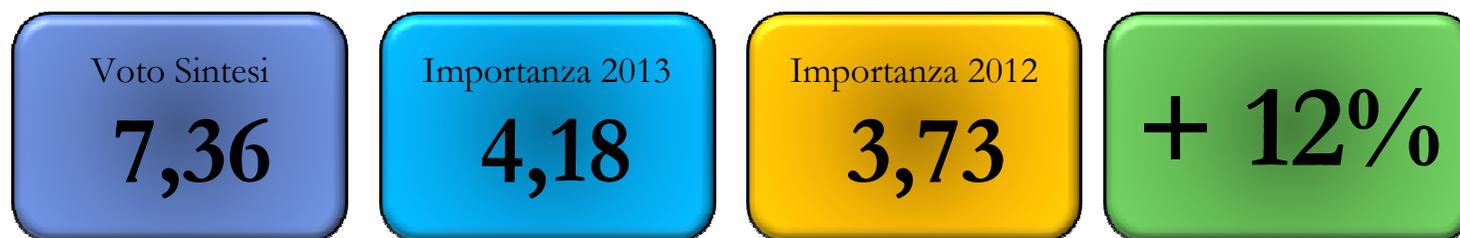
Comfort in fermata



Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Presenza di pensiline e sedili nelle aree di attesa	4,25	4,09
Pulizia delle aree di attesa	4,31	3,98

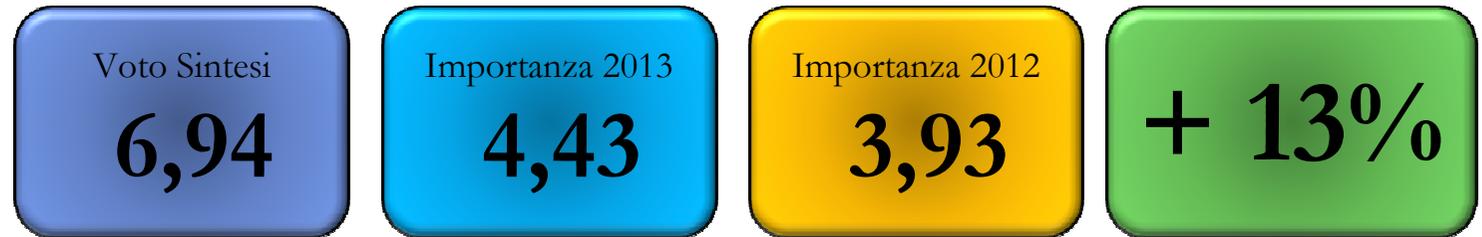
Disponibilità di vendita dei titoli di viaggio



Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Gamma di biglietti/abbonamenti	4,20	3,54
Vicinanza del punto vendita	4,16	3,93

Disponibilità delle informazioni



Microfattori

	Importanza 2013	Importanza 2012
Informazione generale su linee, tariffe e regole	4,52	4,32
Informazioni in fermata sui passaggi	4,48	4,25
Informazioni esterne autobus sui passaggi	4,45	3,99
Indicazioni in autobus sulle fermate	4,25	3,17

Giudizio per fattori e microfattori

Il “giudizio” indica il grado di soddisfazione espresso dagli utenti intervistati su ciascun fattore e microfattore.

Per la misurazione della “soddisfazione”, l’utente è chiamato a fornire una valutazione su una scala da 1 a 10, affiancata ad una scala semantica, assegnando un punteggio di 8 o superiore per l’eccellenza, 7 per l’adeguatezza, 6 per la sufficienza, 4 e 5 per l’insufficienza e meno di 4 per la grave insufficienza.

Il voto di giudizio sul servizio è molto articolato fra fattori e microfattori e il voto di sintesi di ciascun fattore risente anche del valore attribuito dagli utenti all’importanza.



Efficienza del trasporto



Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Puntualità alla partenza	6,86	7,14
Puntualità all'arrivo	7,01	7,13
Durata del viaggio	6,99	6,80
Numero coincidenze da utilizzare	6,70	6,60

Correttezza del personale di guida



Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Guida e gestione del servizio	7,26	7,27
Cortesìa e disponibilità	7,44	7,32

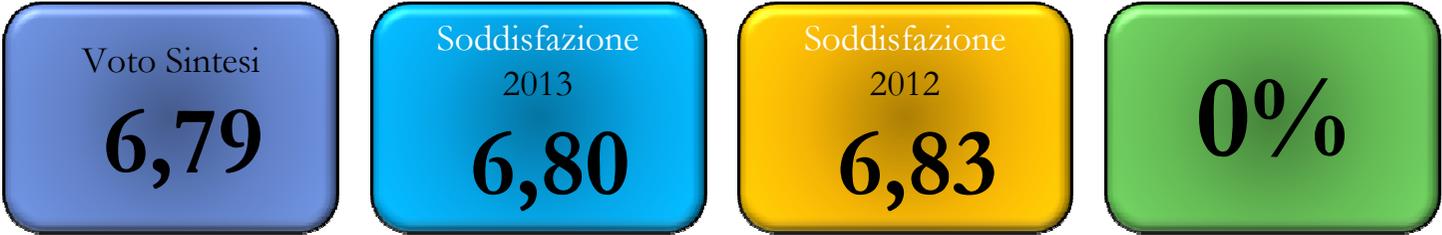
Sicurezza



Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Riparo da furti e molestie	7,35	7,79
Riparo da incidenti o infortuni	7,56	7,57

Comfort in viaggio

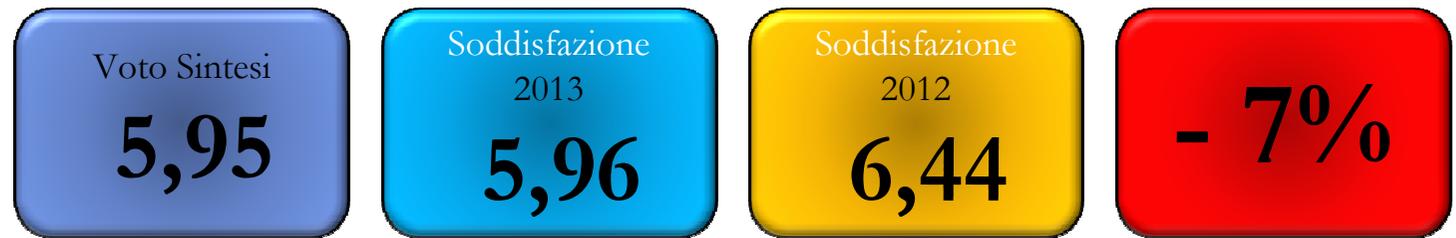


Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Disponibilità di spazio durante il tragitto	6,51	5,99
Pulizia dei sedili e degli appoggi	6,14	6,62
Porte, finestrini funzionanti	7,18	7,17
Riscaldamento efficiente in inverno	7,38	7,31
Rinfrescamento efficiente nei periodi di calura	6,80	7,07



Comfort in fermata



Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Presenza di pensiline e sedili nelle aree di attesa	5,78	6,36
Pulizia delle aree di attesa	6,14	6,51

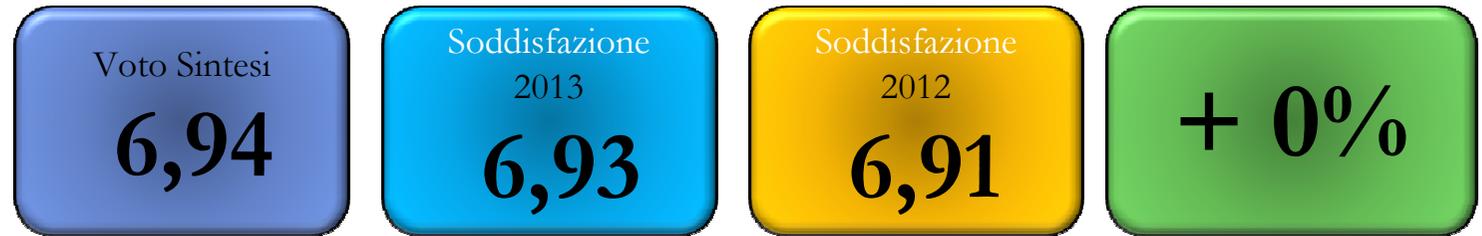
Disponibilità di vendita dei titoli di viaggio



Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Gamma di biglietti/abbonamenti	7,23	7,16
Vicinanza del punto vendita	7,49	7,26

Disponibilità delle informazioni



Microfattori

	Soddisfazione 2013	Soddisfazione 2012
Informazione generale su linee, tariffe e regole	6,76	7,32
Informazioni in fermata sui passaggi	6,73	7,19
Informazioni esterne autobus sui passaggi	7,16	7,14
Indicazioni in autobus sulle fermate	7,08	5,97

Canali digitali

Nella *Customer Satisfaction* 2013 si è introdotta, per la prima volta ed è per questo che viene esclusa dalle valutazioni di sintesi, una sezione relativa ai **canali digitali**: sito istituzionale APAM, l'applicazione APAM Mobile e i *social network*.



Punti di forza del servizio APAM



Criticità del servizio APAM



Customer Satisfaction: analisi per quadranti



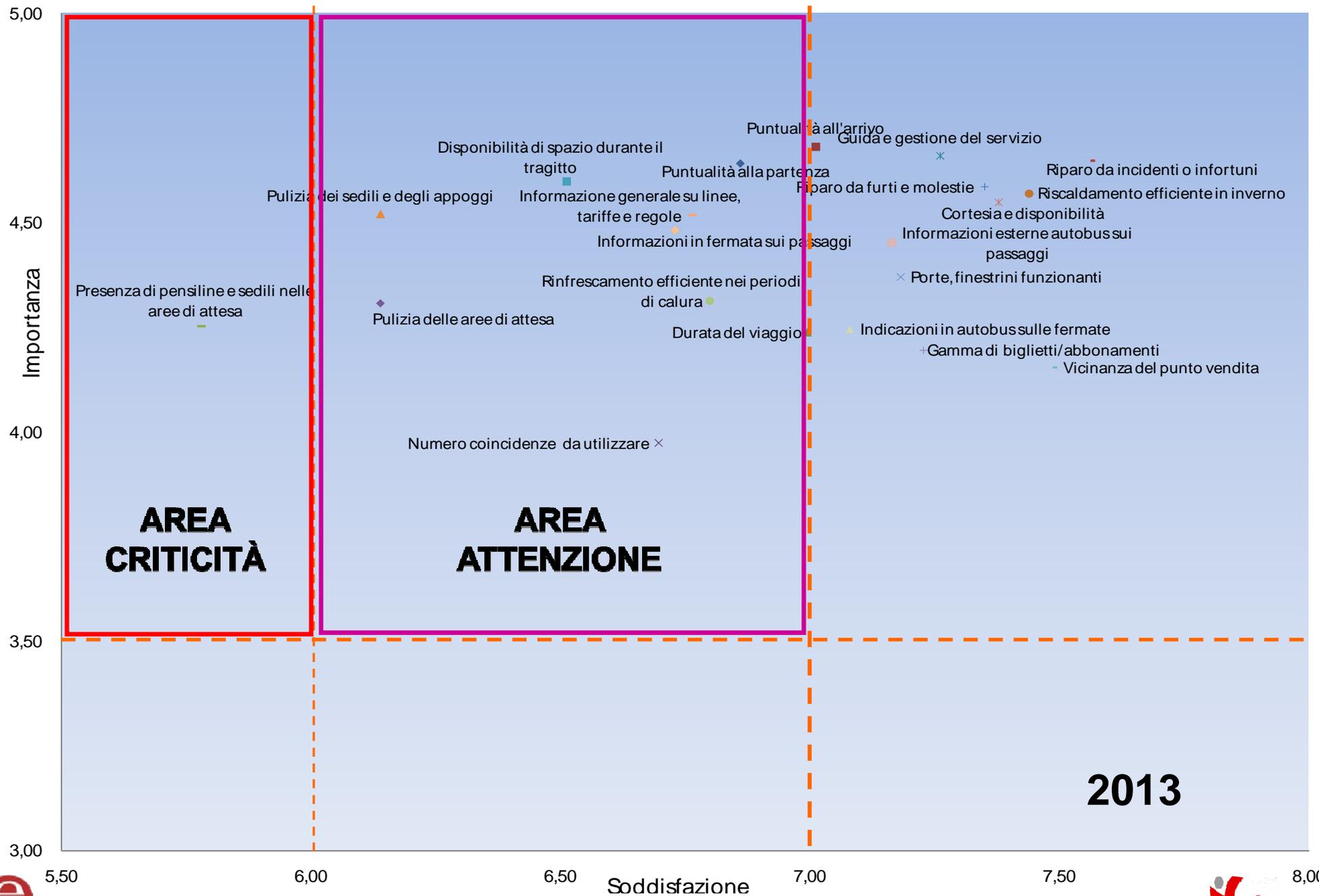
Importanza e soddisfazione

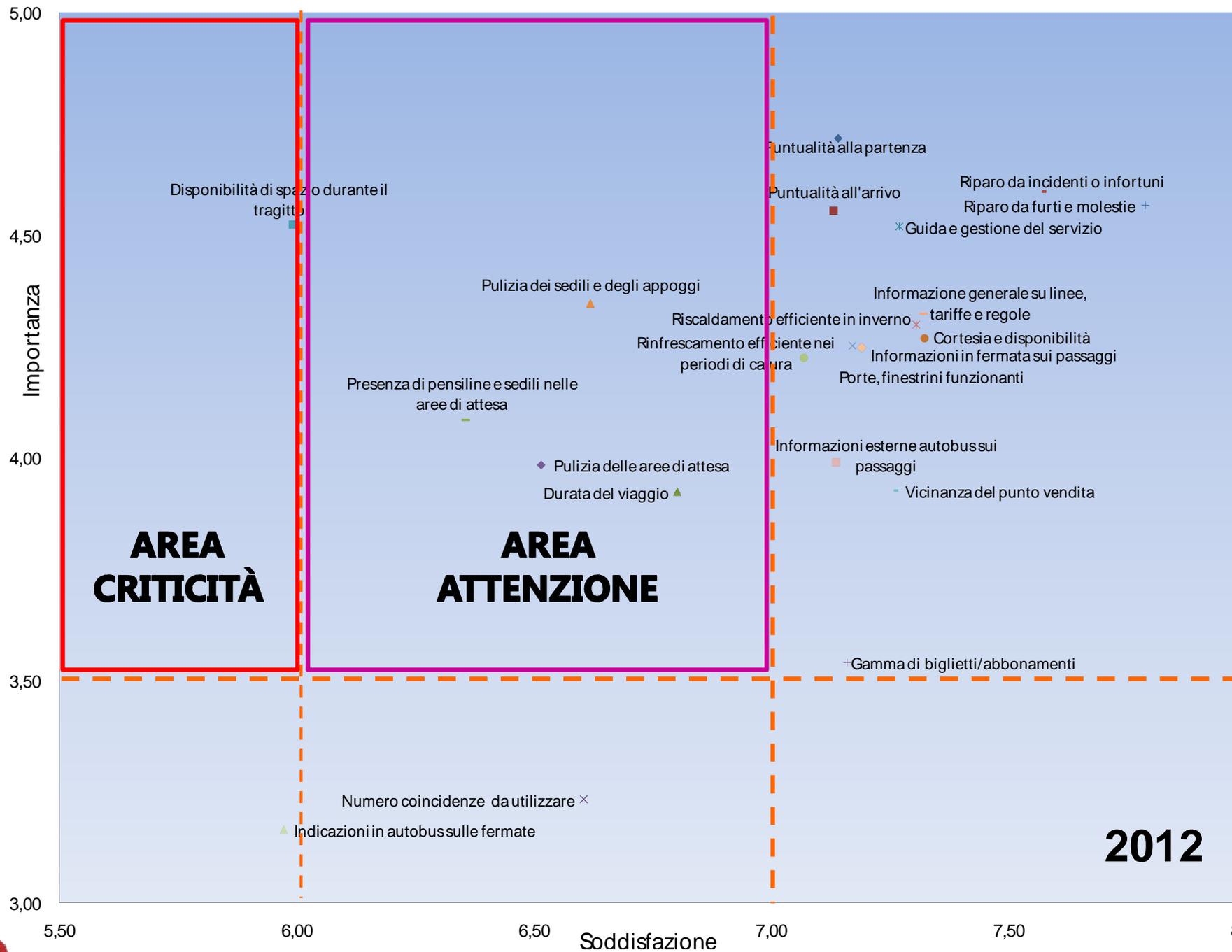
Poco meno della metà dei macrofattori sono compresi nell'area di attenzione: tali microfattori hanno ricevuto un giudizio di soddisfazione non adeguato (da 6 a 7) e per gli utenti sono importanti.

Nell'area delle criticità (giudizio insufficiente, inferiore a 6 e importanza elevata) o comunque prossimi a tale area ricadono i microfattori (presenza di pensiline e sedili nelle aree di fermate, pulizia sedili e appoggi, pulizia aree di attesa) legati al *comfort* (in viaggio e alle fermate) del servizio di trasporto pubblico.

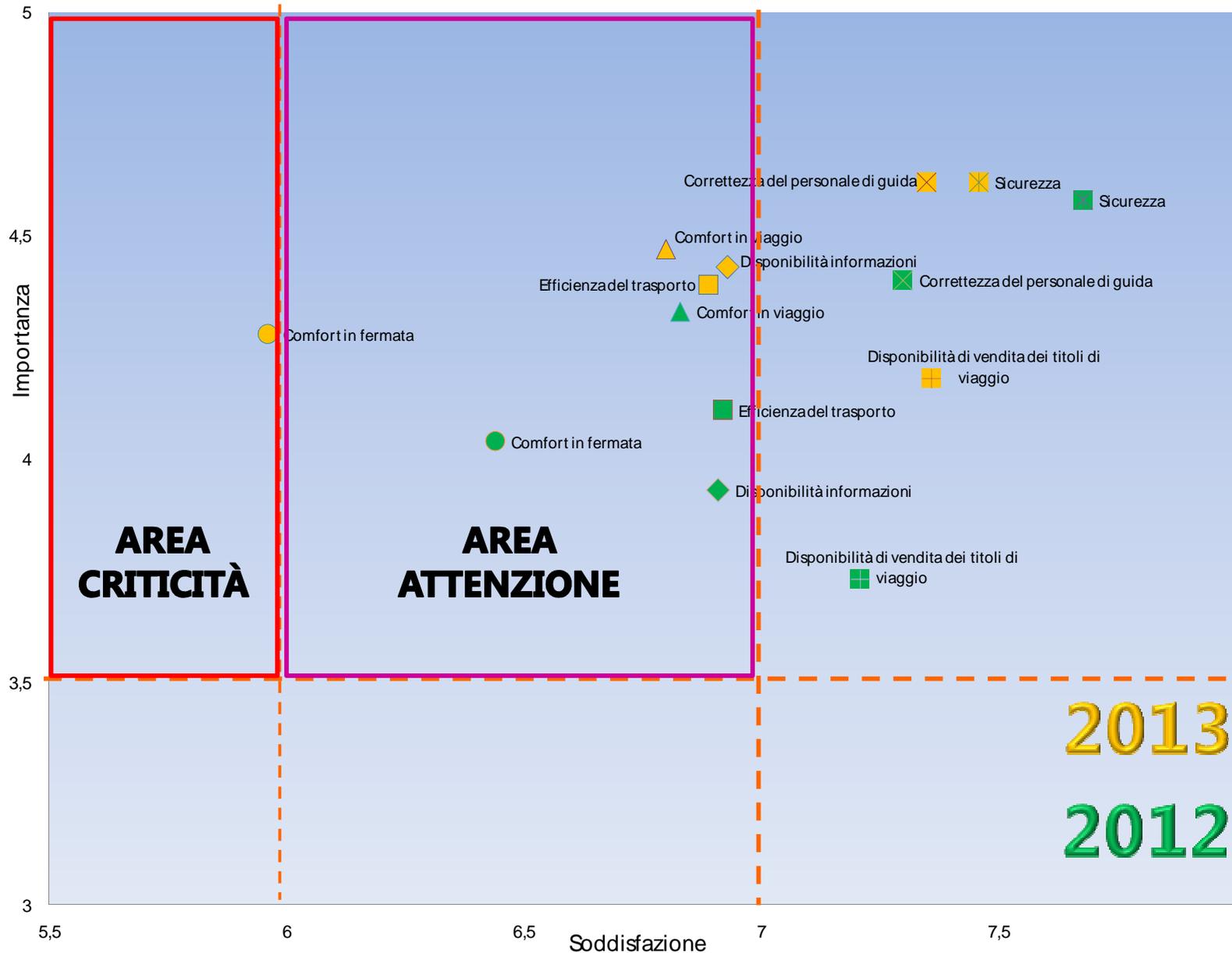
I microfattori “puntualità all'arrivo” e “durata del viaggio” per i quali il giudizio è adeguato e l'importanza è significativa sono prossimi al limite dell'area di attenzione e pertanto meritano una più specifica considerazione.

Nessuna preoccupazione destano i microfattori correlati alla sicurezza del viaggio (in termini di *safety* e *security*), alla cortesia del personale, alla disponibilità di informazioni e dei titoli di viaggio.





Importanza e soddisfazione: 2013 vs 2012

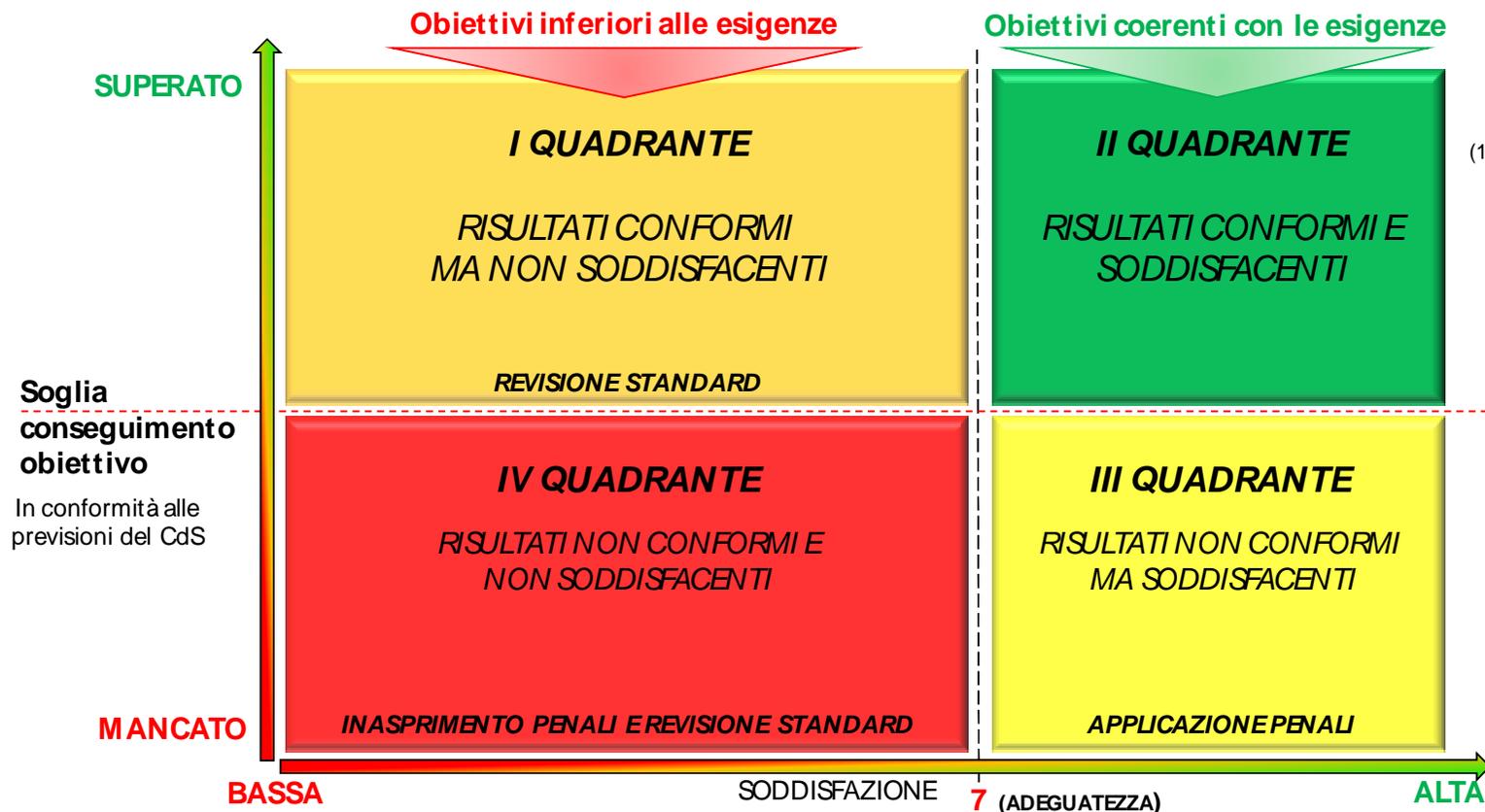


Customer Satisfaction e Carta della Mobilità



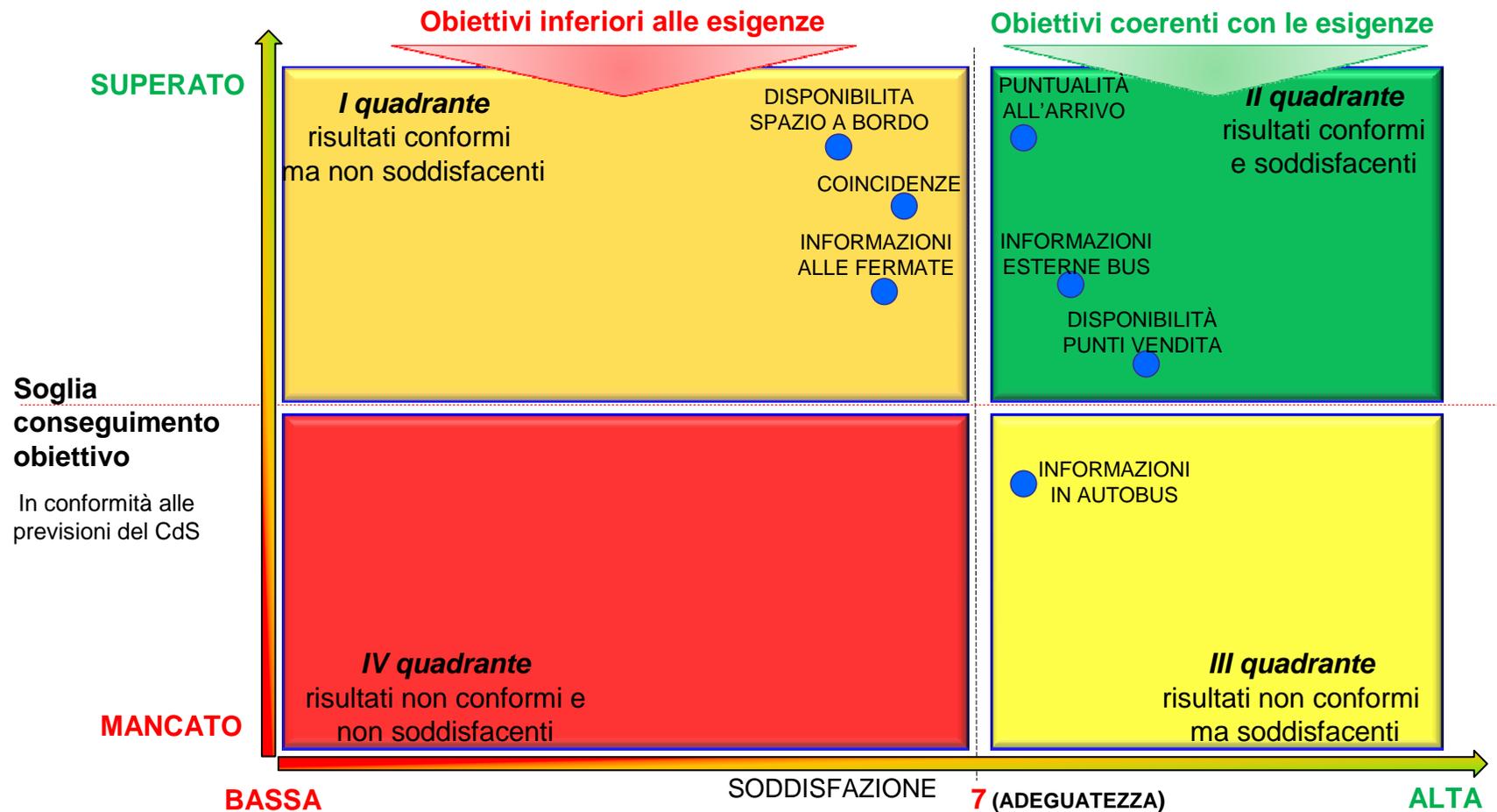
Metodo e finalità

Il posizionamento dei fattori analizzati nei quattro quadranti della matrice¹ fornisce una chiave di lettura utile nella valutazione delle **azioni correttive da intraprendere** per incrementare il livello di soddisfazione, sia attraverso la **fissazione di obiettivi più rispondenti alle esigenze dell'utenza**, sia attraverso l'eventuale **revisione del sistema di premi/penali**.



(1) I FATTORI DI QUALITÀ EROGATA SONO ESTRAPOLATI DALLA CARTA DELLA MOBILITÀ DI APAM MENTRE LA QUALITÀ PERCEPITA È LA SODDISFAZIONE ESPRESSA DAGLI UTENTI INTERVISTATI TELEFONICAMENTE O VIS-à-VIS.

Risultati



N.B. I MICROFATTORI CHE SONO STATI PRESI IN CONSIDERAZIONE PER TALE ANALISI SONO SOLO QUELLI CONFRONTABILI CON LE INFORMAZIONI FORNITE DALLA CARTA DELLA MOBILITÀ DI APAM.

Prime indicazioni: priorità e azioni

CARATTERISTICHE SERVIZIO

INFORMAZIONI

PUNTUALITÀ

SITUAZIONE: critica, conforme allo standard contrattuale ma bassa soddisfazione, peggioramento dello standard puntualità 2013 vs 2012 ma assenza penali

AZIONI: analisi cause di ritardo, credenziali per accesso diretto della Provincia alla reportistica AVM in tempo reale anche al fine di verificare la correttezza delle cause imputate

STRUMENTI: revisione standard contrattuali e sistema di codifica cause che escludono responsabilità APAM (cfr. ad esempio taratura servizio),

COINCIDENZE

SITUAZIONE: critica, conforme allo standard contrattuale ma bassa soddisfazione

AZIONI: revisione sistema di monitoraggio

INFORMAZIONI

SITUAZIONE: critica, conforme allo standard contrattuale ma bassa soddisfazione

AZIONI: analisi dei supporti informativi sul servizio programmato, sulle anomalie e sulle turbative al servizio in tempo reale

STRUMENTI: revisione standard contrattuali e incentivo all'utilizzo di canali digitali (sconto sul prezzo dell'abbonamento?)

AFFOLLAMENTO

SITUAZIONE: critica, conforme allo standard contrattuale ma bassa soddisfazione

AZIONI: individuazione di sistemi per il monitoraggio dell'affollamento

STRUMENTI: coinvolgimento attivo degli utenti con incentivazione (sconto sul prezzo dell'abbonamento?) a chi invia documentazione fotografica di situazioni fuori standard

PULIZIA

SITUAZIONE: critica

AZIONI: intensificazione monitoraggio con coinvolgimento utenti

STRUMENTI: coinvolgimento attivo utenti con incentivazione (sconto sul prezzo dell'abbonamento?) a chi invia documentazione fotografica di situazioni fuori standard ma anche di eccellenza

Prosecuzione attività educative e maggiore strutturazione monitoraggio

SICUREZZA & COMPORAMENT O AUTISTI

SITUAZIONE: bassa soddisfazione

AZIONI: intensificazione monitoraggio e riduzione situazioni di rischio

STRUMENTI: DST già adottato consente di monitorare sicurezza viaggio (Safety Index)

COMFORT IN VIAGGIO

SICUREZZA E GUIDA



AL FINE DI INCREMENTARE AMPIEZZA ED EFFICACIA DELL'INDAGINE (ARRIVANDO A DISPORRE, IN PROSPETTIVA, DI UN PANEL FISSO DI UTENTI ON LINE), IN OCCASIONE DELLA PROSSIMA CAMPAGNA DI RILEVAZIONE SI CONSIGLIA DI RACCOGLIERE I DATI (QUALITÀ PERCEPITA E ORIGINE/DESTINAZIONE) ANCHE ATTRAVERSO UN QUESTIONARIO ON-LINE



Approfondimenti: i *Focus Group*



Metodo e finalità

L'indagine di *Customer Satisfaction* (interviste telefoniche e *vis-à-vis*) costituisce una prima tappa del percorso partecipativo finalizzato al miglioramento del servizio e al coinvolgimento dei diversi portatori di interesse; tale processo di miglioramento è articolato in tre fasi:

- 1) misurare, attraverso le indagini della qualità percepita, il livello di soddisfazione espresso dagli utenti su ogni fattore e micro fattore del servizio di trasporto pubblico interurbano;
- 2) misurare e classificare l'impatto sulla soddisfazione globale degli utenti dei diversi aspetti risultati critici;
- 3) definire gli obiettivi e le priorità di miglioramento sulla base delle risultanze provenienti dalle indagini e dai *focus group*.

Per definire obiettivi e priorità del piano di miglioramento sono stati condotti due *focus group* entrambe costituiti da 8 figure rappresentative dei portatori di interesse nel settore del trasporto pubblico, con l'obiettivo di coinvolgere e mettere a confronto i decisori pubblici, l'operatore ed i fruitori del servizio.

Partecipanti

Al fine di garantire efficacia ed efficienza alla gestione dei lavori, il *focus group* è condotto da un moderatore che ha presentato i risultati delle indagini e coordinato le sessioni di lavoro a cui hanno partecipato:

- » un referente di APAM Esercizio, responsabile delle Relazioni Esterne;
- » un autista di APAM Esercizio;
- » il *Mobility Manager* del Comune di Mantova;
- » un rappresentante della consulta studentesca;
- » un rappresentante dell'associazione consumatori;
- » un utente studente;
- » due utenti lavoratori pendolari.

Il tavolo di lavoro è completato dagli osservatori della Provincia.

Ambiti di azione

L'indagine di *Customer Satisfaction* e il confronto dei risultati con i fattori della qualità erogata ha consentito di isolare alcuni dei fattori critici del servizio interurbano: puntualità, coincidenze, informazioni, affollamento, pulizia, sicurezza e comportamento di guida.

Al fine di far emergere con evidenza la domanda di miglioramento del servizio e di definire con gli ambiti di intervento sono stati individuati, con i referenti della Provincia, i fattori su cui centrare i *focus group*: **puntualità e accoglienza delle aree di attesa** (spazi di attesa/fermate).

Ciò anche in considerazione del fatto che gli effetti delle iniziative operate per quanto riguarda affollamento e pulizia/decoro mezzi, su cui ci si era focalizzati lo scorso anno, non si sono ancora pienamente prodotti sul servizio.

Potrebbe inoltre essere opportuno condurre, nell'ambito dei tavoli di lavoro, una verifica del fattore "informazioni" con particolare riguardo ai canali digitali.

Puntualità: stato di fatto

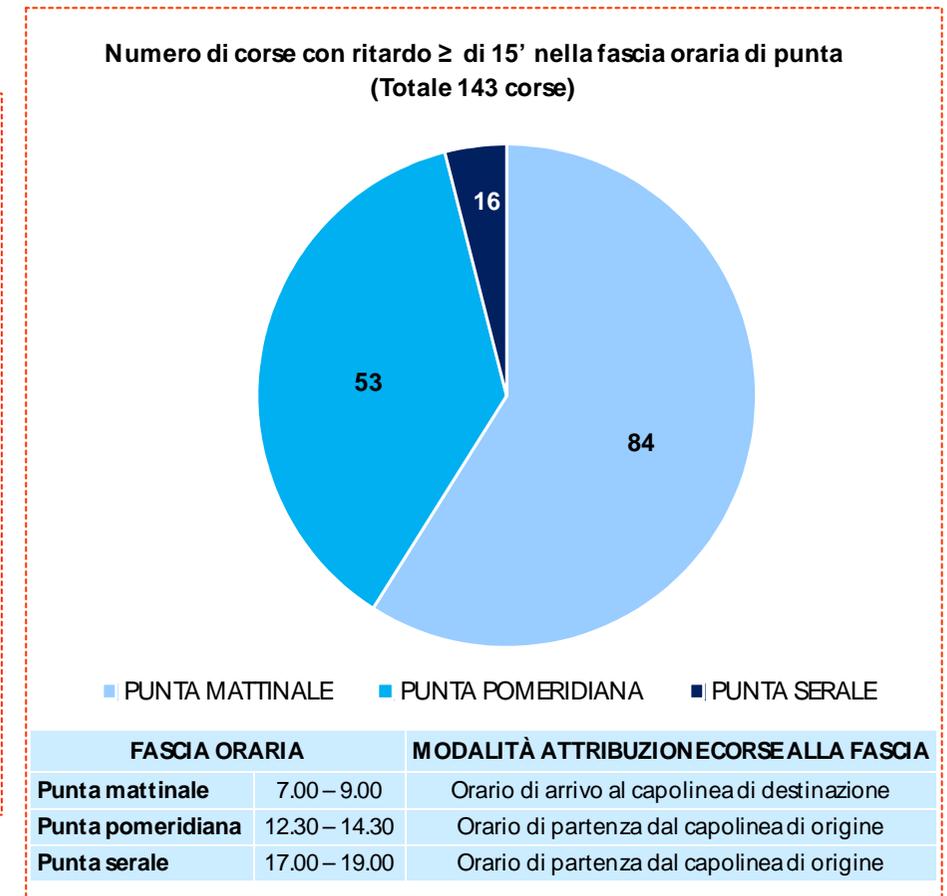
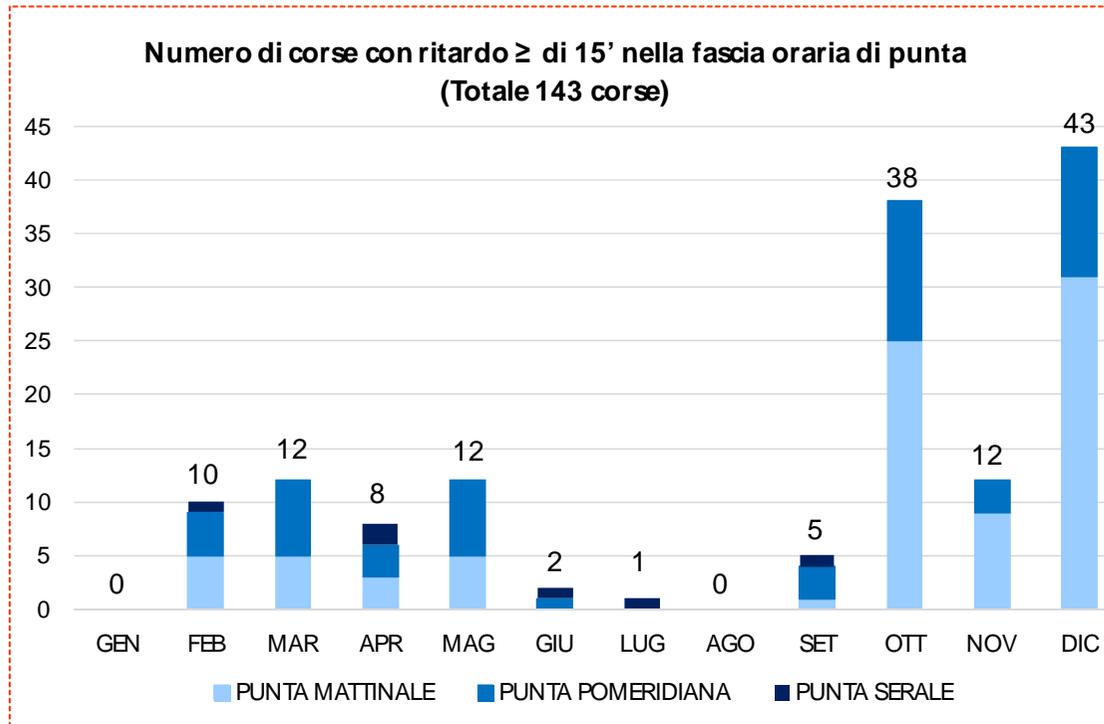
Nel 2013 il fattore “puntualità” è risultato in linea con l’obiettivo di qualità erogata indicato nella carta della mobilità e gli utenti hanno dichiarato di essere mediamente soddisfatti; tuttavia, rispetto al 2012, gli stessi utenti hanno manifestato un giudizio più severo.

Su 151.347 corse programmate ne sono state erogate 146.037 (96%), di queste 613 hanno fatto registrare un ritardo ≥ 5 minuti.

PUNTUALITA' TUTTE LE CAUSE	2012	2013	2013 vs 2012
Numero di corse con ritardo $\geq 15'$	238	196	-42
	0,15%	0,13%	-0,02%
Numero di corse con ritardo $\geq 7'$	471	567	96
	0,30%	0,39%	0,09%
Numero di corse con ritardo $\geq 5'$		613	
		0,42%	
CORSE TOTALI EFFETTUATE	156.465	146.037	-10.428

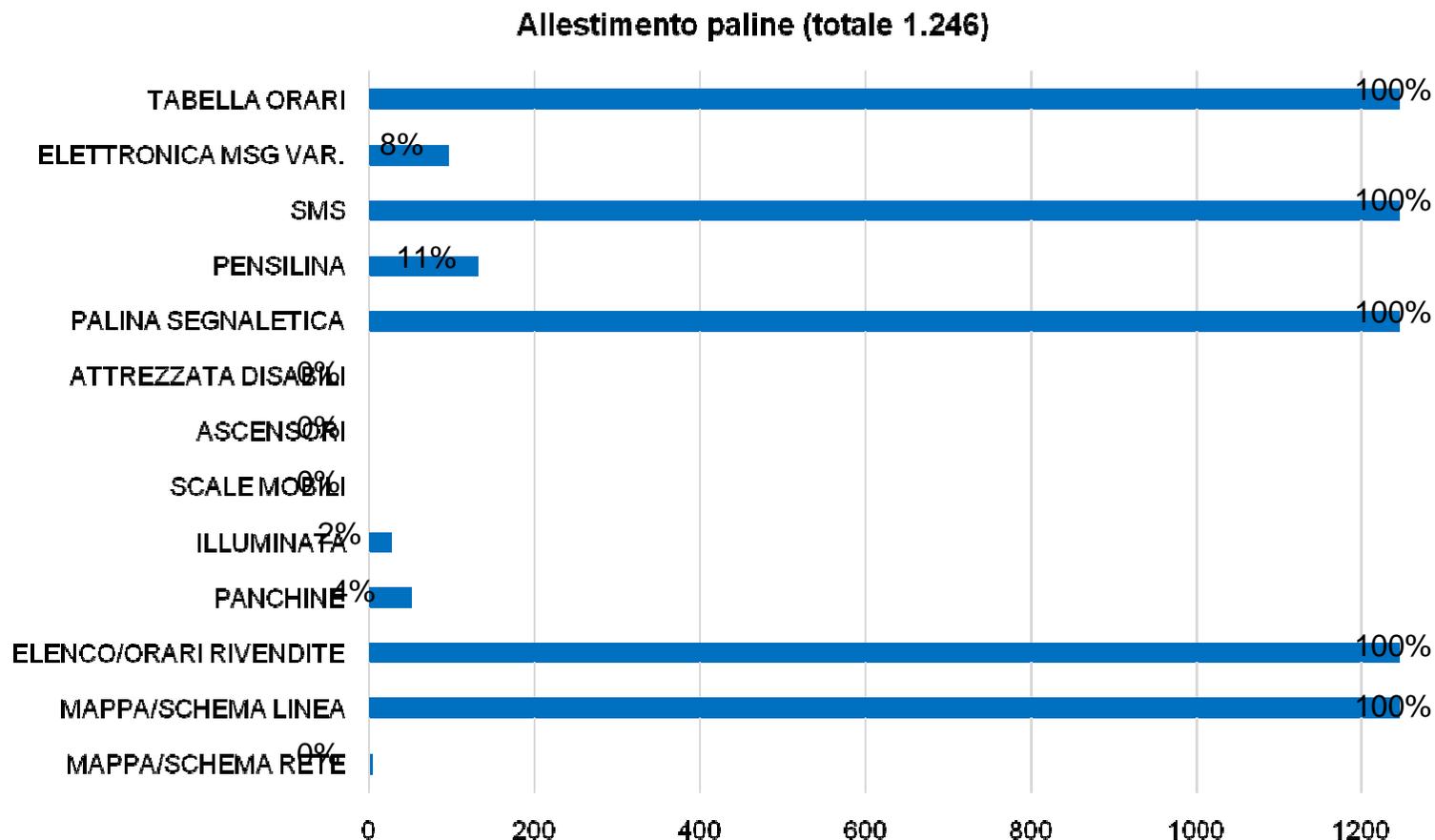
Puntualità: stato di fatto

Delle 196 corse con un ritardo rilevante (≥ 15 minuti), 143 (73%) viaggiano nelle principali fasce orarie di punta.



Accoglienza spazi di attesa: stato di fatto

Il Capitolato di gara, cui l'offerta di APAM risulta sostanzialmente allineata, richiedeva almeno 96 paline elettroniche (8%), la totalità delle paline allestite con le informazioni di base: orari ed elenco delle rivendite, mappa/schema percorso linea.



Indicazioni: criticità

PUNTUALITA' DEL SERVIZIO

- Traffico in ingresso/uscita da Mantova e in particolare nelle fasce orarie di punta
- Omogeneità e sincronismo degli orari di lavoro e studio
- Concentrazione di utenti in alcune fermate, critiche per il significativo numero di saliti e discesi e i conseguenti lunghi tempi di carico/scarico
- Inosservanza di alcune elementari regole di guida da parte di un limitato numero di autisti
- Scarsa attenzione alla programmazione dell'interscambio ferro/gomma e servizio urbano/extraurbano

Informazioni all'utente non sempre aggiornate, chiare e funzionali allo scopo

COMFORT NELLE AREE DI FERMATA

- Paline in generale poco visibili
- Scarsa leggibilità delle informazioni presenti alla palina o alla pensilina
- Scarse dotazioni di fermata per garantire il comfort (sedute, riparo) e sicurezza
- Paline di fermata generalmente collocate sulla carreggiata stradale in condizioni di difficile accessibilità anche per gli utenti non portatori di handicap

Indicazioni: ambiti di intervento

PUNTUALITA' DEL SERVIZIO

- Individuare in ambito urbano vie d'accesso da dedicare al TPL
- Definire soluzioni per agevolare la salita/discesa degli utenti dai mezzi
- Piano degli orari della città
- Verifiche puntuali sul sistema informativo APAM
- Modifiche ad alcune corse in fasce orarie critiche
- Riduzione del numero di fermate
- Agevolare gli interscambi tra vettori urbani (autobus e biciclette) ed extraurbani (servizi ferroviari e automobilistici)
- Monitoraggio degli stili di guida

COMFORT NELLE AREE DI FERMATA

- Piano delle fermate: riorganizzazione del sistema delle fermate prevedendo dotazioni commisurate al tipo di fermata, alle reali esigenze di accessibilità del territorio, di capillarità, al traffico di saliti e discesi, all'eventuale interscambio
- Migliorare la qualità delle informazioni alle fermate (leggibilità orario, punti di interesse e punti di interscambio)