



INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION

Trasporto Pubblico Locale e Sosta Tariffata

AMAT – S.P.A 2019 / 2020

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION

2019/2020 - AMAT S.p.A.

a cura del Responsabile Staff Qualità AMAT S.p.A.

PREMESSA

L'indagine di CUSTOMER SATISFACTION 2019/2020, realizzata mediante la somministrazione di complessivi 738 questionari (n° 533 per il TPL e n° 205 per la Sosta Tariffata) operata dalla Soc. Selling & Service di Taranto, è l'analisi della soddisfazione del cliente ed è lo strumento attraverso il quale, generalmente, le aziende di servizi pubblici si impegnano a perseguire l'obiettivo della **qualità totale**. Le informazioni raccolte permetteranno al management di valutare la rispondenza tra il livello di qualità percepito ed atteso sia in relazione a ciascun fattore di qualità del servizio che nel suo complesso.

L'obiettivo che si vuole raggiungere è far coincidere l'offerta dell'Azienda con le richieste dei clienti, ottimizzando le risorse disponibili e intervenendo con azioni mirate e progetti specifici in quegli ambiti dove la soddisfazione dei clienti sia risultata debole.

L'indagine di customer satisfaction si pone, quindi, come strumento di misurazione delle performance aziendali, del raggiungimento degli obiettivi fissati e di valutazione complessiva dell'operato aziendale

L'indagine, di cui si espongono nel seguito i risultati, si articola in 3 sezioni:

1. la prima sezione è incentrata sulla valutazione delle performance di qualità del servizio di trasporto pubblico riferita all'anno 2019 e sull'evoluzione delle performance di qualità del servizio di trasporto pubblico rispetto all'anno 2014;
2. la seconda sezione presenta i risultati della indagine riguardante la sosta tariffata, affidata dal Comune di Taranto alla Società AMAT dall'agosto del 2007;
3. la terza sezione è dedicata alle riflessioni conclusive.

SEZIONE UNO

IL TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

Realizzazione dell'indagine

Nel progettare il questionario, la cui elaborazione dei dati raccolti dalla società incaricata e l'analisi valutativa è stata condotta esclusivamente da personale aziendale, sono stati tenuti presenti i seguenti riferimenti:

- ✘ Norma UNI EN ISO 9001:2015;
- ✘ Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica sulla qualità percepita dai cittadini del 23/04/2004;
- ✘ DPCM DEL 30/12/1998.

Definizione dell'obiettivo

L'indagine si è proposta il raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità individuati dal DPCM del 27/01/1994 e dal DPCM del 30/12/1998;
- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini sul servizio di trasporto pubblico gestito dall'AMAT S.p.A. nel suo complesso;
- ⇒ Individuare gli aspetti del servizio di trasporto pubblico percepiti come prioritari dagli utenti per indirizzare le scelte future dell'AMAT S.p.A. dirette al loro miglioramento;
- ⇒ Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire un servizio di qualità.

Scelta del tipo di intervista

Il questionario è stato somministrato agli utenti del trasporto pubblico dal 13 al 20 dicembre 2019 da personale della Società Selling & Service.

I luoghi d'incontro con il pubblico sono stati i mezzi pubblici, i capolinea, l'ufficio commerciale dell'AMAT S.p.A.-.

Il personale incaricato è stato impegnato in un breve corso di formazione tenuto dal Responsabile dell'Area Esercizio/Sosta (Staff Qualità) nel corso del quale sono state fornite delle linee guida e degli ausili didattici per svolgere al meglio il lavoro.

Stesura del questionario

L'indagine è stata condotta utilizzando lo schema di questionario (all.1) utilizzato e consolidato nelle passate edizioni che, com'è noto, nella sua stesura ha osservato le prescrizioni di cui al DPCM 30/12/1998 per l'individuazione degli standard di qualità da sottoporre al giudizio degli utenti attraverso il monitoraggio.

Selezione delle unità del campione da intervistare

Il questionario è stato distribuito in modo non specifico agli utenti del servizio di trasporto pubblico tra cui sono state individuate tre precise tipologie:

1. coloro che utilizzano il bus in modo continuo, avvalendosi dell'abbonamento;
2. coloro che utilizzano il bus in modo occasionale, poche volte nel corso del mese avvalendosi del biglietto;
3. coloro che utilizzano il bus in modo abituale, fino a tre volte a settimana, avvalendosi del biglietto.

Risultati della rilevazione

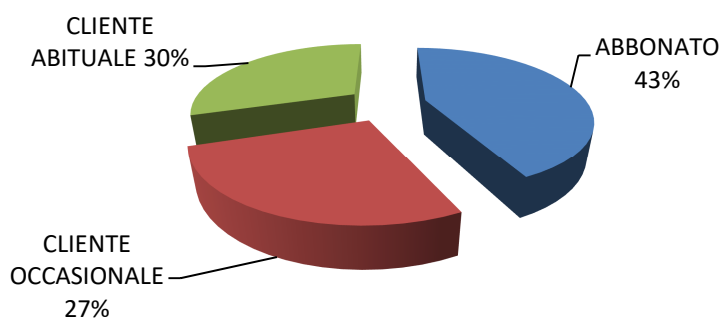
Il numero dei questionari, debitamente compilati, è risultato pari a 533, sostanzialmente in linea con quello degli anni precedenti.

Nel predisporre il questionario si è inteso sollecitare gli intervistati a produrre tre ordini di informazioni:

- 1) quelle *dirette a conoscere l'identità dell'intervistato*;
- 2) quelle *destinate a conoscere il giudizio dell'utente in merito agli standard di qualità del servizio*;
- 3) quelle *destinate a conoscere il giudizio complessivo sull'Azienda*.

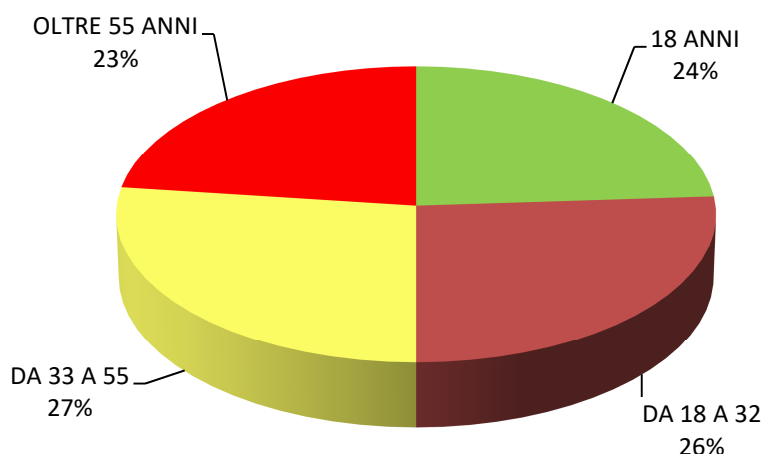
Qui di seguito si illustrano i risultati delle interviste:

IDENTITA' DEL CAMPIONE INTERVISTATO



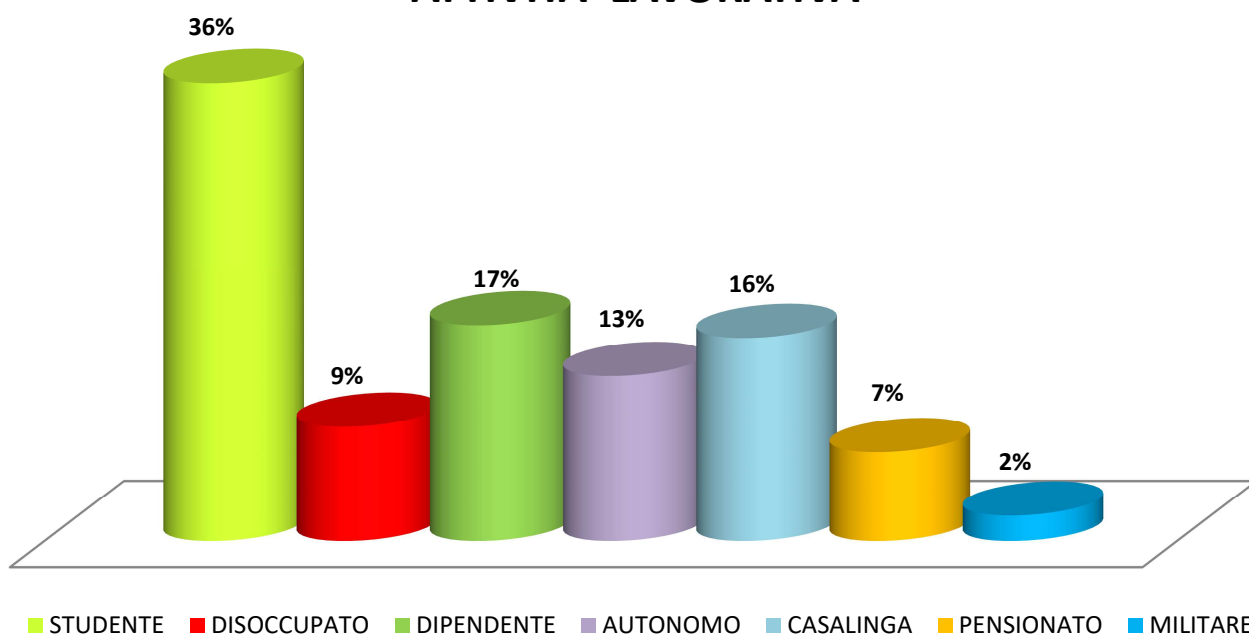
Il **43%** degli utenti intervistati utilizza il mezzo pubblico con continuità, tanto da acquistare l'abbonamento. Il **30%** ne fa uso abitualmente. Il **27%** si avvale del bus in maniera occasionale.

ETA' DEGLI INTERVISTATI



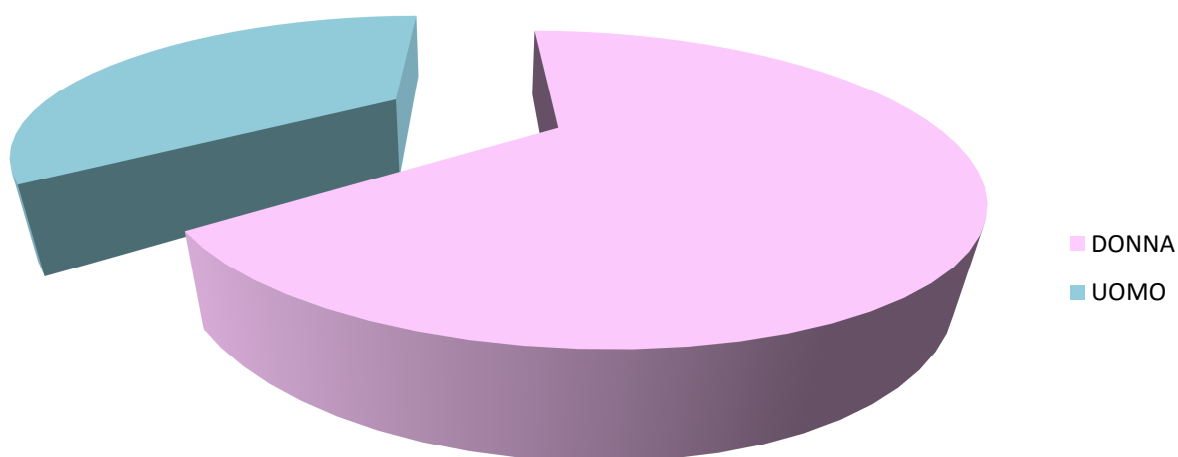
Il campione intervistato si è omogeneamente distribuito sulle quattro fasce di età individuate: il **27%** degli intervistati ha una età compresa tra 33 e 55 anni; il **26%** rientra nella fascia di età compresa tra 19 e 32 anni; il **24%** è costituito da giovani fino a 18 anni; il restante **23%** ha una età superiore a 55 anni.

ATTIVITA' LAVORATIVA



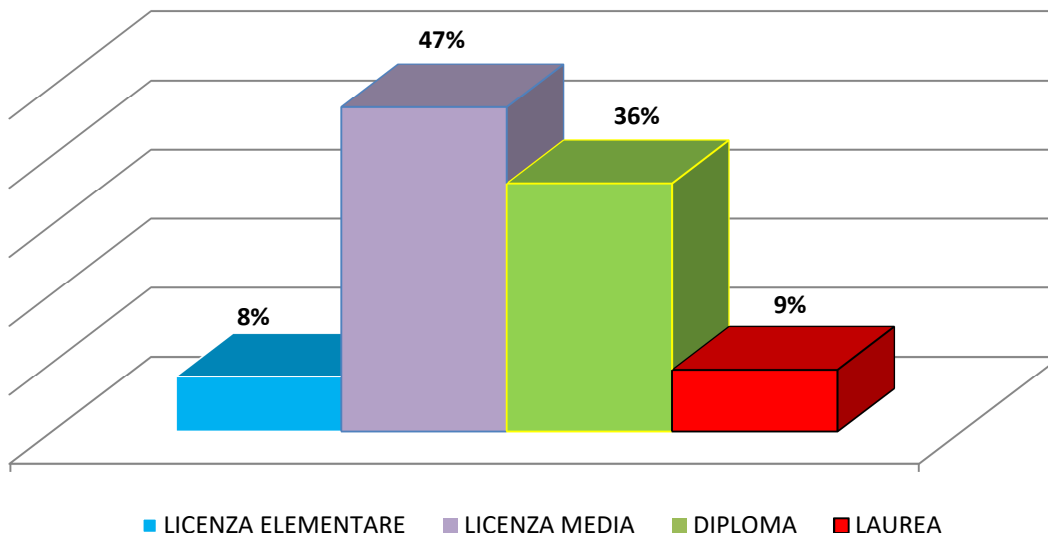
Il campione intervistato si è distribuito secondo le seguenti attività lavorative: studenti **36%**; disoccupati **9%**; lavoratori dipendenti **17%**; lavoratori autonomi **13%**; casalinghe **16%**; pensionati **7%**; militari **2%**.

SESSO DEGLI INTERVISTATI



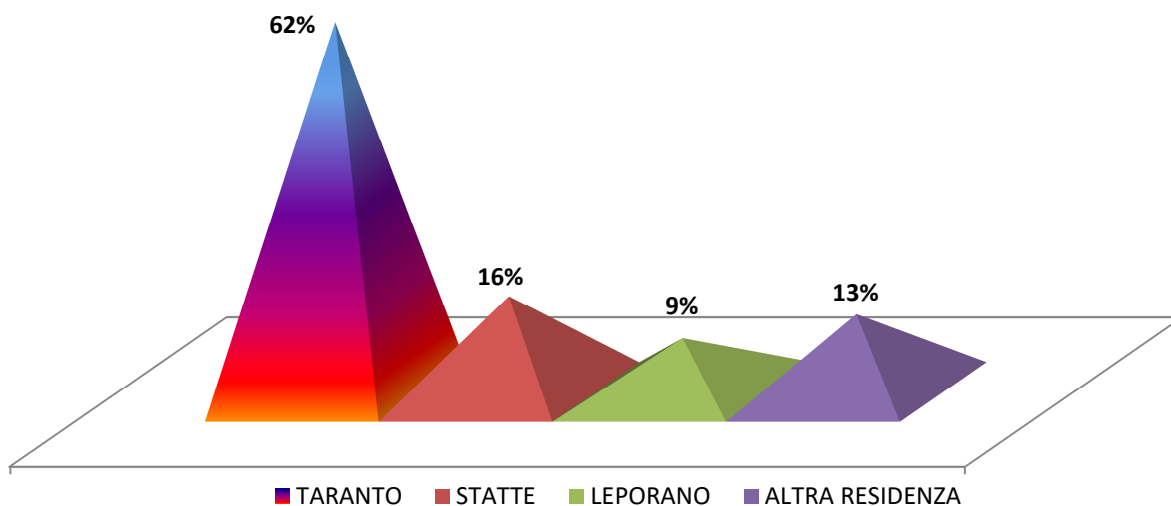
Il campione intervistato è risultato essere prevalentemente composto da donne (**65%**)

TITOLO DI STUDIO DEGLI INTERVISTATI



In relazione al titolo di studio il campione si compone: per il **47%** da persone in possesso della licenza media, per il **36%** da diplomati, per il **9%** da laureati, per l' **8%** da coloro che sono in possesso della licenza elementare.

RESIDENZA



Si è ritenuto opportuno rilevare la provenienza dell'intervistato per conoscere l'origine del suo spostamento: è emerso che maggior parte degli utenti intervistati (**62%**) risiede nel Comune di Taranto.

Risposte finalizzate a conoscere il parere degli intervistati sugli standard di qualità del servizio.

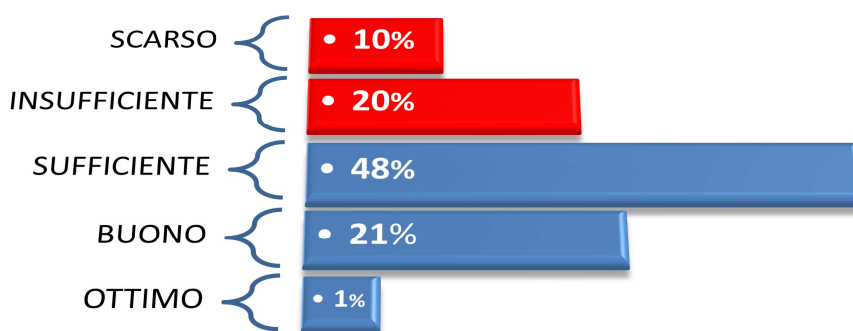
Agli intervistati è stato chiesto di esprimere un parere sugli standard di qualità del servizio di trasporto pubblico richiamati nella Carta della Mobilità AMAT. Le possibilità di giudizio sugli standard offerte agli utenti e indicate nel questionario sono state le seguenti: scarso, insufficiente, sufficiente, buono ottimo.

Di seguito si espongono i risultati delle rilevazioni:

Sicurezza del Viaggio.

Gli intervistati sono stati interrogati sulla sicurezza del viaggio intesa in termini di incolumità fisica della persona e salvaguardia dei beni trasportati.

SICUREZZA DEL VIAGGIO



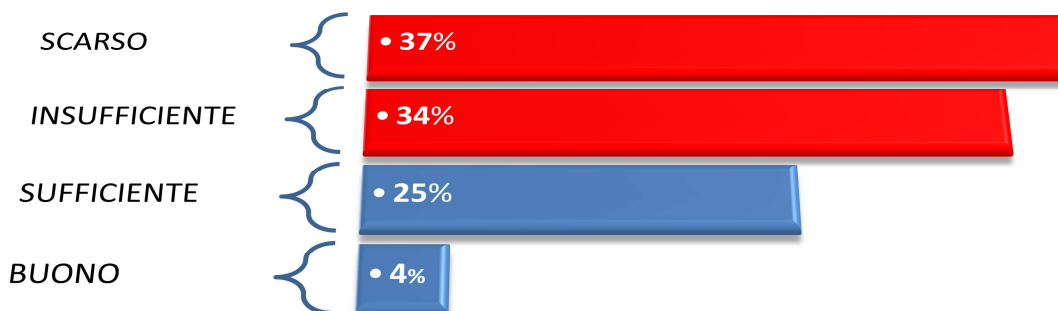
Il 10% degli intervistati ha dichiarato che il livello di sicurezza dei mezzi pubblici è scarso, il 20% che è insufficiente, il 48% che è sufficiente, il 21% che è buono, l'1% che è ottimo.

Se si sommano i risultati positivi e poi quelli negativi, il giudizio degli utenti è complessivamente favorevole all'Azienda: infatti il 30% degli intervistati si è espresso negativamente a fronte del 70% che si è espresso positivamente.

Puntualità.

Il campione è stato interrogato sulla regolarità del viaggio, intesa in termini di garanzia della puntualità del servizio offerto rispetto agli orari esposti alle fermate e dalla certezza di raggiungere le proprie destinazioni in tempi precisi.

PUNTUALITÀ

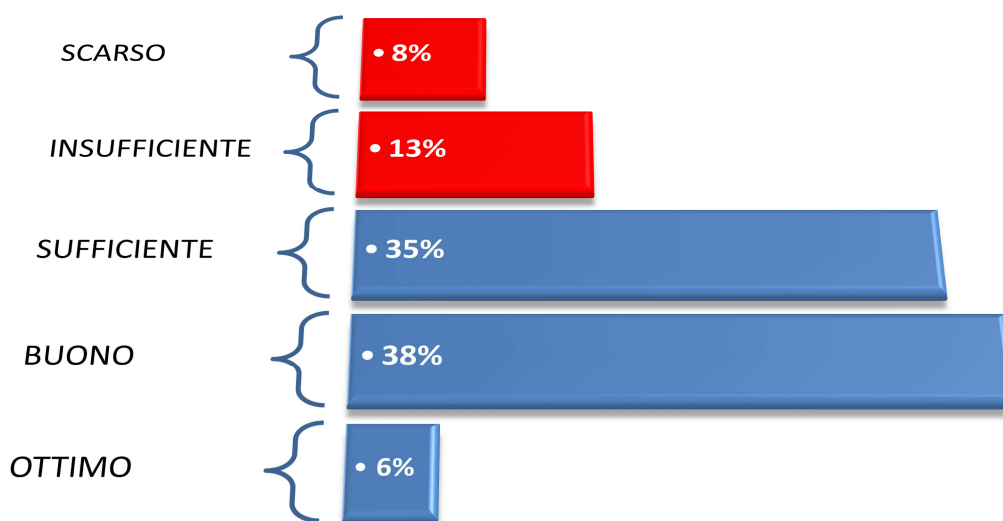


Una larga maggioranza degli intervistati ha rilevato che il livello di puntualità è inaccettabile: il 37%, infatti, lo ha giudicato scarso e ha ritenuto insufficiente tale standard anche il 34% degli intervistati. Ne deriva che la maggior parte del campione intervistato (**71%**) giudica negativamente tale fattore. Di contro solo il **29%** degli utenti si è espresso positivamente (25% sufficiente, 4% buono). Nessuno ha espresso un giudizio di ottimo.

Informazioni.

Agli intervistati è stato chiesto se le informazioni fornite al pubblico, sia sul servizio che sugli aspetti aziendali di maggiore utilità per gli stessi, siano qualificate, puntuali e capillari. In particolare è stato chiesto se gli intervistati fossero soddisfatti dalla linea telefonica dedicata, del sito internet, del personale di front-office e delle altre forme di comunicazione rispetto all'erogazione dei servizi.

INFORMAZIONI



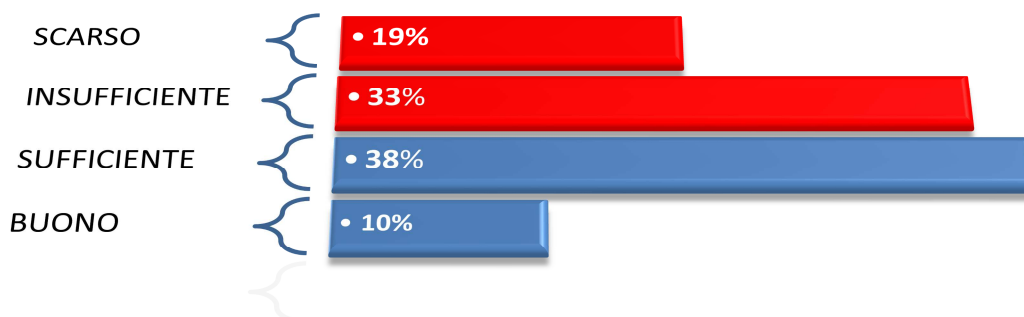
La maggioranza degli intervistati ha espresso il proprio gradimento sul servizio informazioni e comunicazioni: il 35% ritiene che sia sufficiente, il 38% buono, il 6% ottimo, il 13% insufficiente ed infine l'8% scarso.

Il giudizio complessivo del campione su questo standard è positivo per il **79%**; è negativo per il **21%**.

Pulizia dei mezzi.

Lo standard sul quale è stato rivolto il quesito riguarda le condizioni igieniche dei mezzi di trasporto sia interne sia esterne.

PULIZIA AUTOBUS



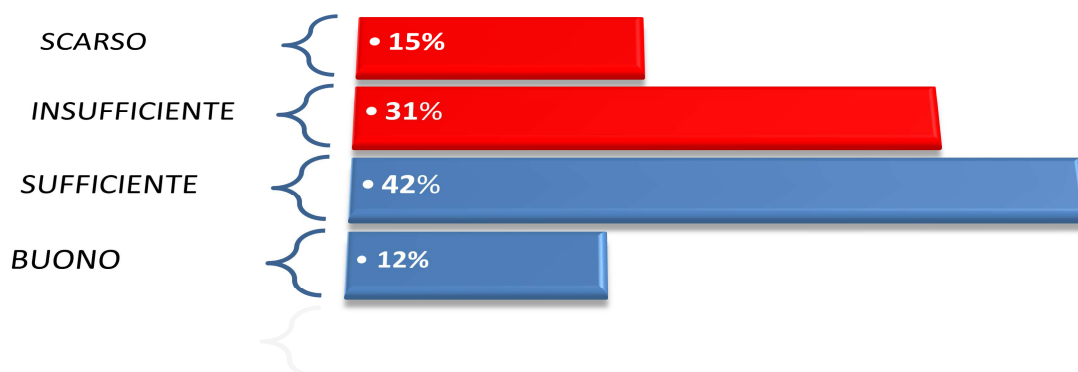
Il 19% degli intervistati ha espresso un giudizio di scarso, il 33% ha dichiarato che il livello di pulizia dei mezzi pubblici è insufficiente, il 38% ha rilevato che è sufficiente, il 10% che è buono. Nessuno ha espresso un giudizio di ottimo.

E' evidente che l'opinione prevalente degli intervistati su tale fattore è negativa, pari al **52%**, mentre per il **48%** non lo è.

Comfort del viaggio.

Lo standard si riferisce al comfort del viaggio, in particolare alla climatizzazione, alle sedute e all'affollamento della vettura, elementi che possono dissuadere o incentivare l'utilizzo del mezzo pubblico.

COMFORT DEL VIAGGIO

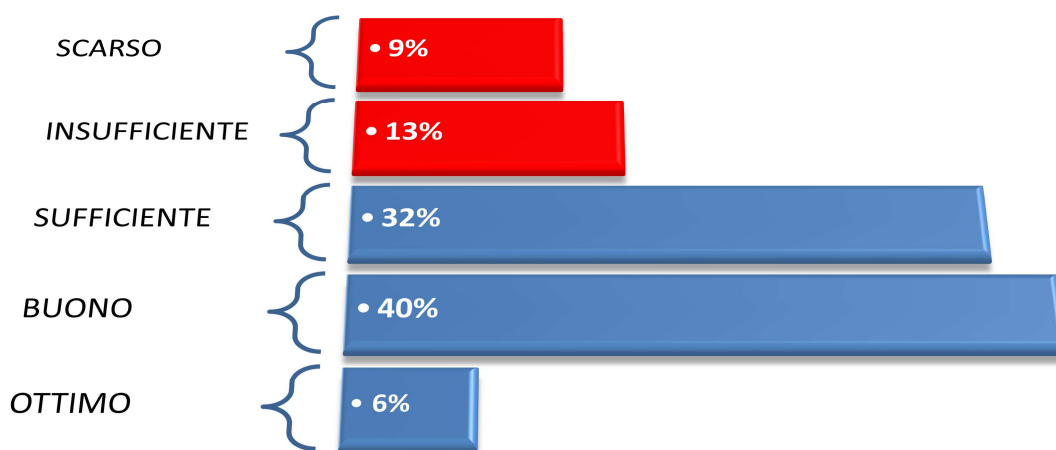


Il 15% degli intervistati ha espresso il giudizio di scarso sul livello di comfort, il 31% ha dichiarato tale livello insufficiente, il 42% ha rilevato che il comfort dei mezzi pubblici è sufficiente, il 12% buono. Nessuno ha espresso un giudizio di ottimo. In questo caso è evidente che per il **54%** degli intervistati la percezione di tale fattore è positiva, mentre per il **46%** non lo è.

Manutenzione delle infrastrutture.

Lo standard si riferisce al numero e alla manutenzione delle strutture di attesa del pubblico, allo stato delle paline e delle pensiline.

MANUTENZIONE DELLE INFRASTRUTTURE

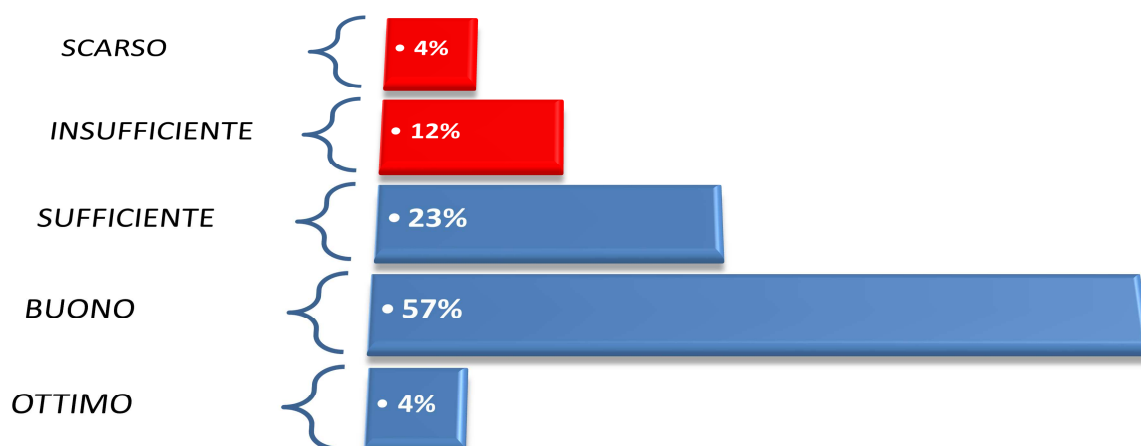


La maggioranza degli interessati il **78%** ha espresso un giudizio positivo su questo fattore: 32% sufficiente, 40% buono, 6% ottimo. Il **22%** degli intervistati ha espresso un giudizio negativo composto per il 13% da insufficienza e per il 9% da scarsità.

Cortesia del personale.

Lo standard concerne il personale di guida, quello ispettivo, il personale degli uffici aperti al pubblico e quello del servizio informazioni. Essi sono tenuti a trattare gli utenti con rispetto e cortesia, agevolandoli nell'esercizio dei loro diritti e fornendo loro tutte le informazioni richieste.

CORTESIA DEL PERSONALE



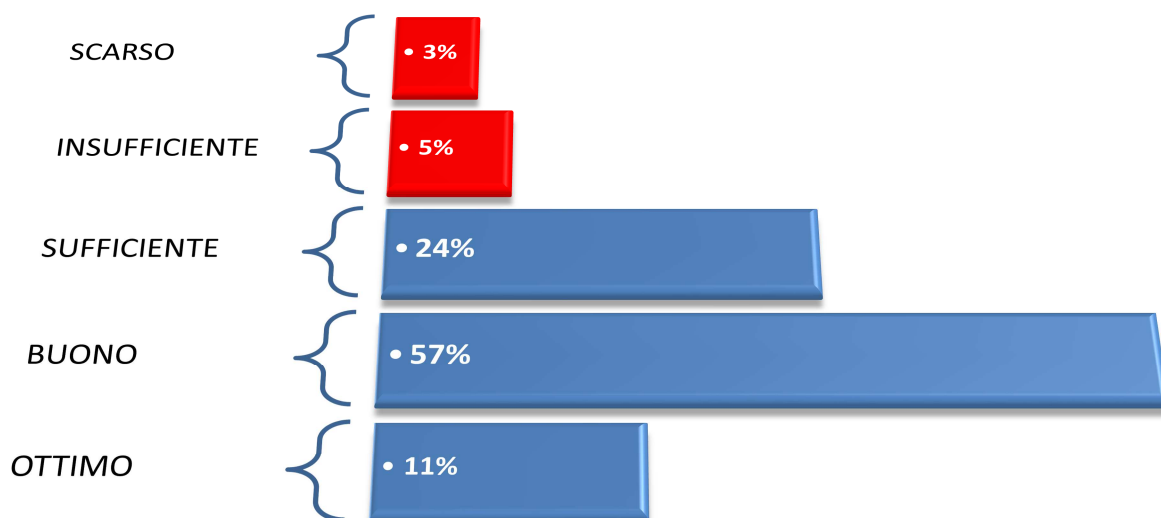
Il 23% del campione intervistato ha espresso un giudizio di sufficienza, il 57% ha espresso il giudizio di buono, il 4% di ottimo, il 4% scarso e il 12% insufficiente.

Il giudizio complessivo degli intervistati sul fattore “cortesia del personale” è quindi positivo per l’ **84%**, è negativo per il **16%**.

Distribuzione dei punti vendita.

Lo standard concerne l’aspetto commerciale dell’attività, inteso nel senso di rendere il più agevole possibile il momento dell’acquisto o del rinnovo dei titoli di viaggio.

DISTRIBUZIONE PUNTI VENDITA

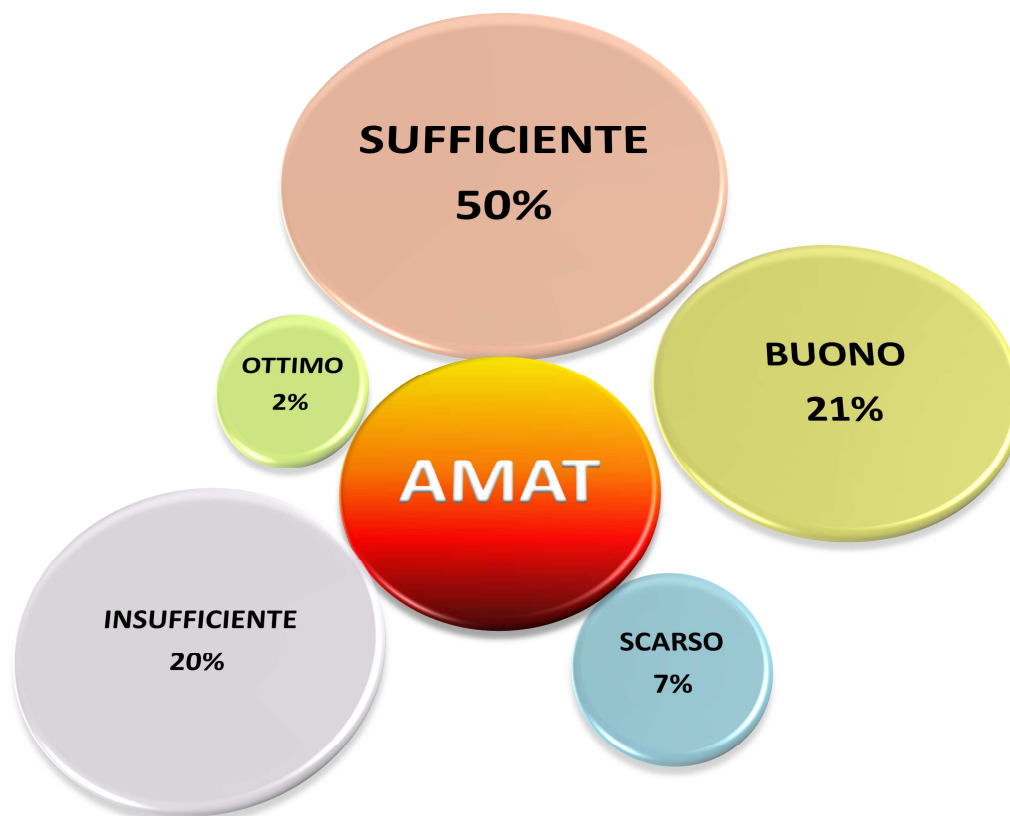


Il 57% ha espresso un giudizio di buono, il 24% di sufficiente, l’11% di ottimo, il 5% di insufficienza, il 3% di scarso.

Il giudizio complessivo degli intervistati sullo standard per il **92%** è positivo, mentre solo per l’ **8%** è negativo.

Giudizio complessivo sull'AMAT Spa

Agli intervistati è stato anche chiesto di esprimere un giudizio complessivo sul servizio fornito dall'Azienda che, contrariamente all'opinione negativa registrata su alcuni standard del servizio, è stato positivo per il **73%** (50% sufficiente, 21% buono, 2% ottimo) e negativo per il **27%** (7% scarso e 20% insufficiente).

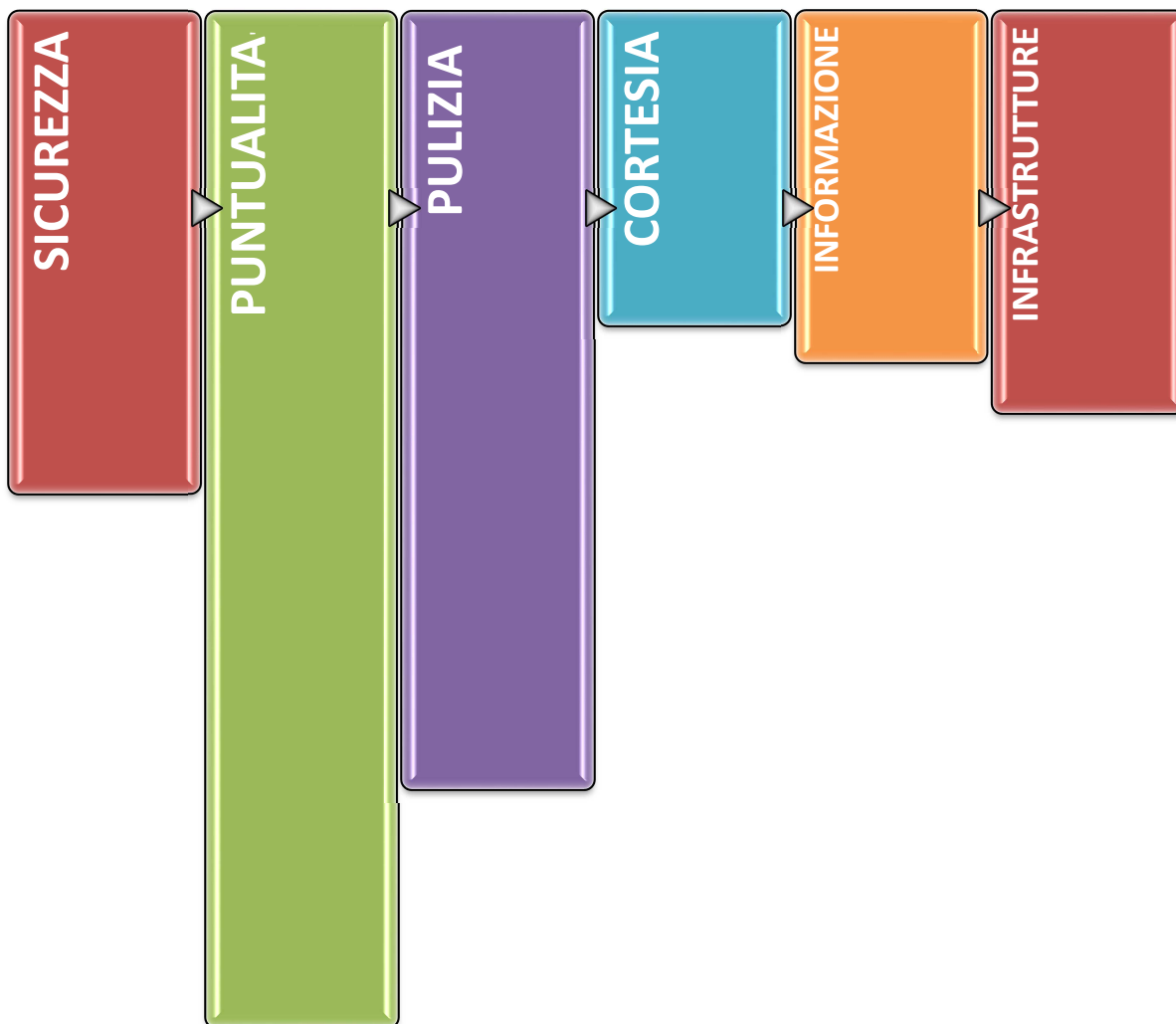


Standard da privilegiare e suggerimenti per migliorare il servizio

Oltre al giudizio sugli standard qualitativi, è stato chiesto all'utenza di esprimere le proprie preferenze (anche più di una) verso gli aspetti del servizio ritenuti prioritari e, quindi, da privilegiare negli investimenti aziendali, nonché di fornire suggerimenti per il miglioramento del servizio.

Per quanto concerne il primo argomento, gli intervistati hanno accreditato particolare valenza alla puntualità (**74%**) e alla pulizia dei mezzi (**31%**). Confermando che gli standard sui quali le persone hanno espresso un giudizio sostanzialmente negativo, sono gli stessi ritenuti prioritari e sui quali è necessario concentrare i maggiori interventi riorganizzativi.

STANDARD QUALITATIVI

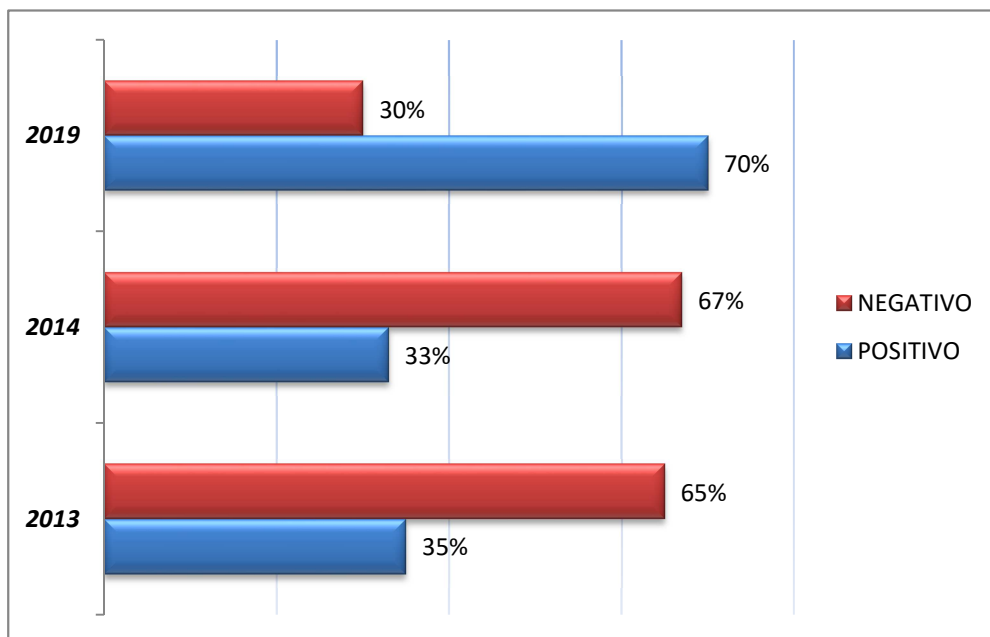


In merito alle istanze ed ai suggerimenti più significativi particolare attenzione meritano quelli diretti a ottenere:

- 1) una maggiore puntualità delle corse
- 2) una maggiore sicurezza e agibilità del trasporto
- 3) una maggiore igiene dei mezzi in esercizio nel corso della giornata;
- 4) maggior confort dei bus;
- 5) più controlli sull'evasione.

RAFFRONTO RISULTATI DELLA INDAGINE 2019/2020 CON GLI ANNI PRECEDENTI

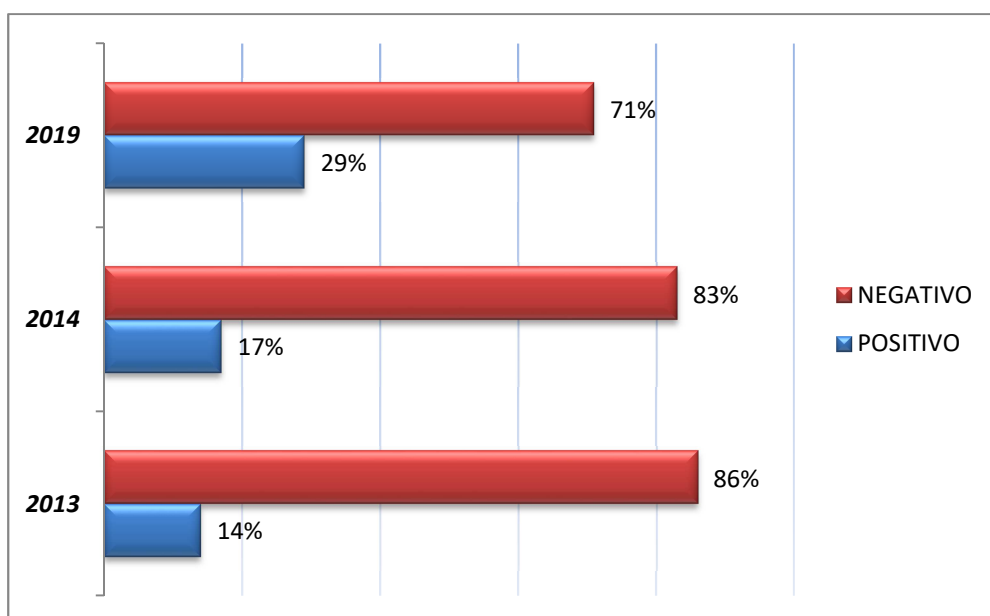
Sicurezza del Viaggio



Il giudizio degli utenti sulla sicurezza del viaggio, che negli anni precedenti era fortemente negativo, per la prima volta diviene positivo (**70%**). Tale giudizio favorevole è senza dubbio conseguenza degli sforzi compiuti per garantire alla clientela e al personale un maggior clima di sicurezza, sia attraverso il potenziamento degli impianti di videosorveglianza a bordo dei mezzi sia per una costante presenza di personale addetto ai controlli. A riprova di ciò è significativa la diminuzione delle aggressioni in danno del personale viaggiante (conducenti e verificatori) che dal 2016 al 2019 hanno conosciuto una costante contrazione:

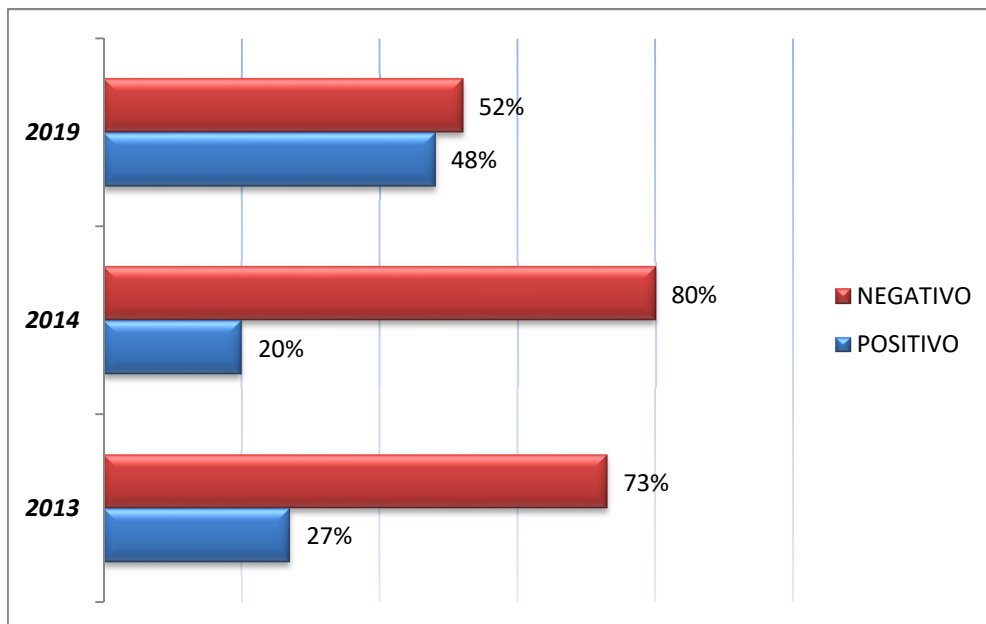
Aggressioni 2016	Aggressioni 2017	Aggressioni 2018	Aggressioni 2019
9 (di cui 2 Verificatori)	4 (di cui 1 Verificatore)	3 (di cui 2 Verificatori)	2

Puntualità



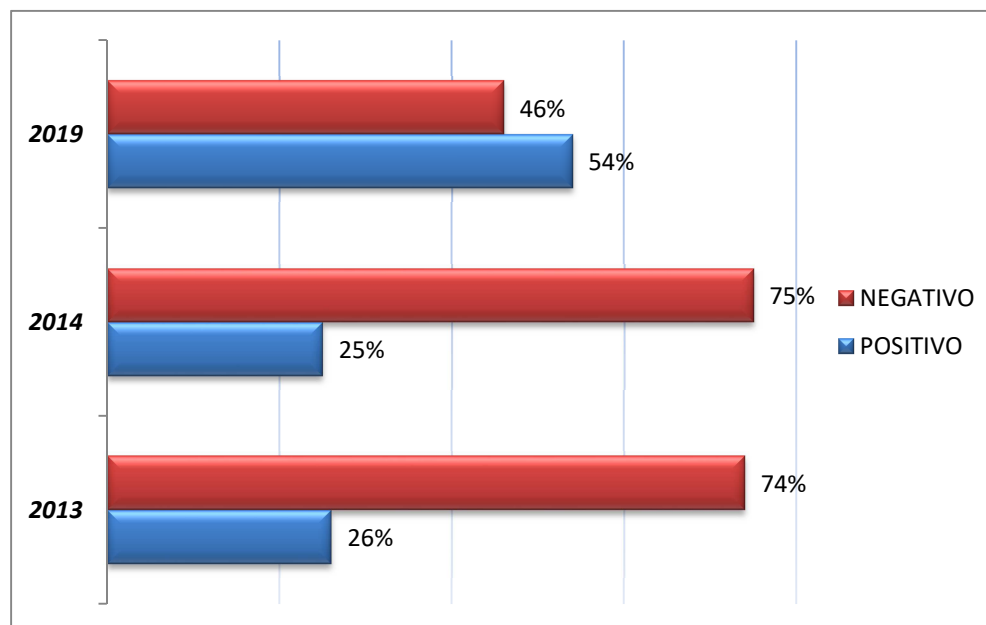
Il giudizio degli utenti sulla puntualità del viaggio nell'anno 2019 è risultato ancora negativo, sebbene la tendenza è chiaramente orientata al miglioramento dei risultati ottenuti negli anni precedenti. La percentuale di utenti soddisfatti rispetto al periodo precedente è cresciuta di 12 punti percentuali, portandosi dal 17% al 29%.

Pulizia



Il giudizio degli utenti sulla pulizia delle vetture nell'anno 2019 è risultato negativo seppure in netta flessione rispetto ai risultati ottenuti negli anni precedenti. La percentuale di utenti insoddisfatti rispetto al periodo precedente è scesa di 28 punti percentuali, portandosi al **52%**.

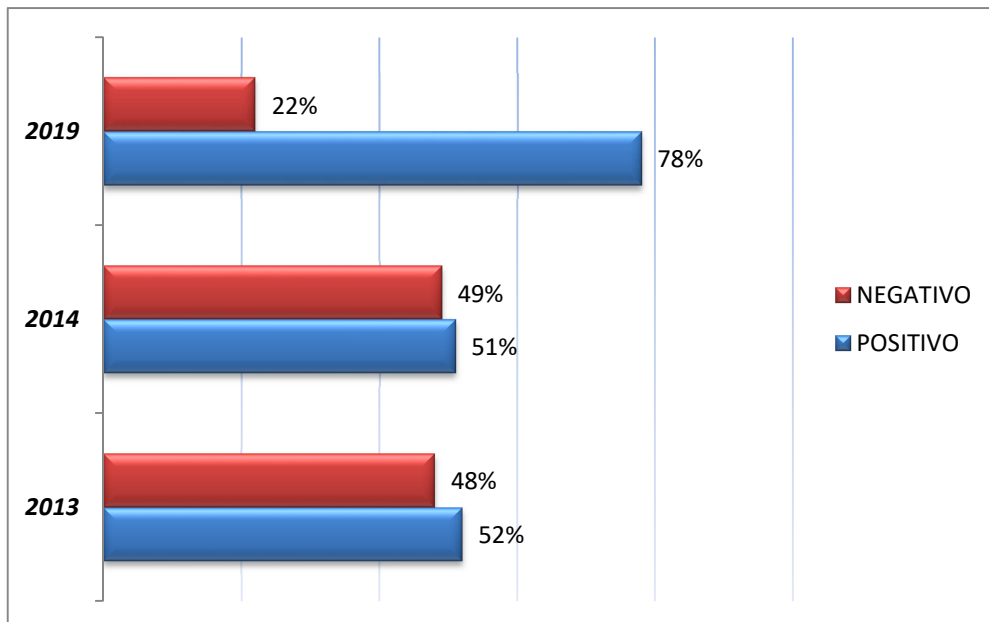
Comfort



Il giudizio degli utenti sul comfort del viaggio nell'anno 2019 è finalmente risultato positivo, invertendo nettamente i risultati ottenuti negli anni precedenti. Segno evidente che gli sforzi aziendali in tema di rinnovo del parco rotabile, sia attraverso l'acquisto di nuovi autobus sia attraverso l'immissione in

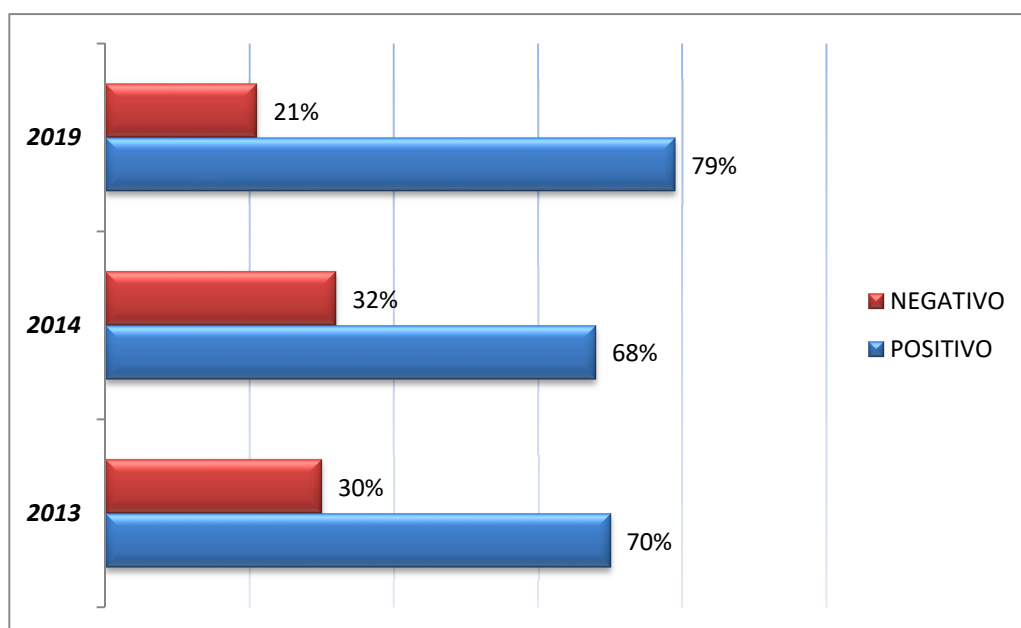
servizio di autobus usati di buona qualità, sono stati pienamente percepiti dalla clientela. La percentuale di utenti soddisfatti rispetto agli anni precedenti è più che raddoppiata, portandosi al **54%**.

Infrastrutture



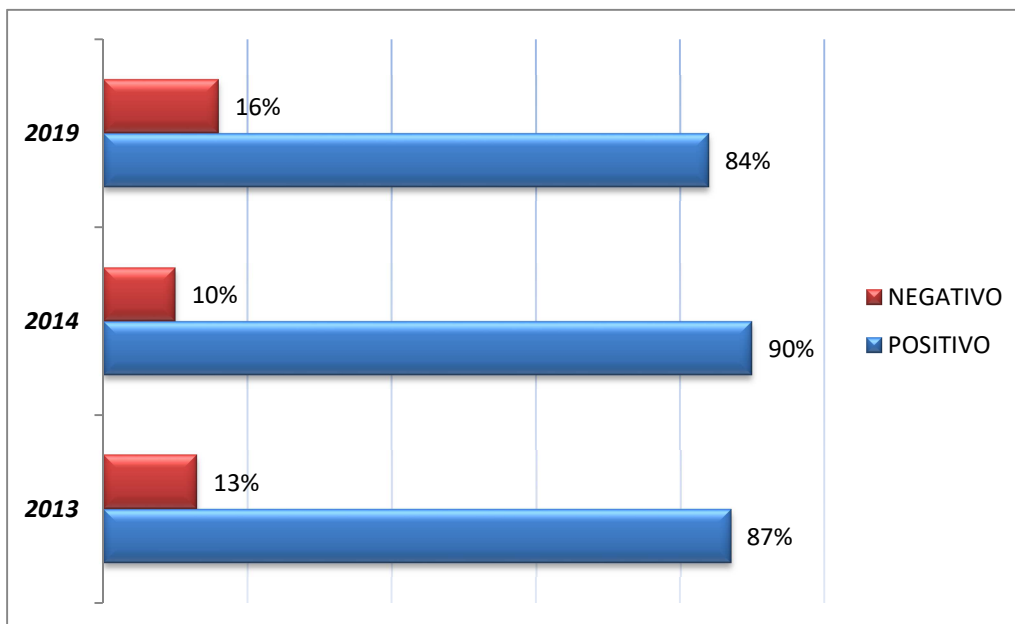
Il giudizio degli utenti sulle infrastrutture nell'anno 2019 è risultato incoraggiante raggiungendo il **78%** di utenti soddisfatti. Le azioni messe in campo in ordine al rinnovo delle paline di fermata e all'installazione di nuove pensiline hanno ricevuto il dovuto apprezzamento.

Informazione



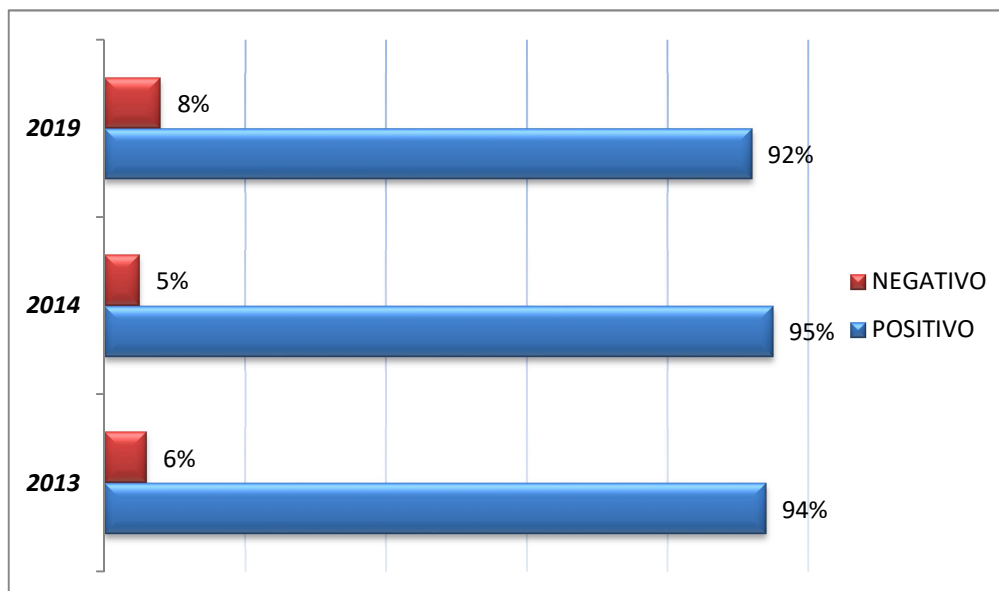
La percentuale di utenti soddisfatti si mantiene positivo per il **79%** di essi, segno evidente che il potenziamento e la diversificazione dei canali informativi sono stati positivamente percepiti.

Cortesia



La percentuale di utenti soddisfatti si mantiene su livelli di tutto rispetto con la percentuale dell'**84%** di soddisfatti, pur in presenza di una lieve flessione percentuale rispetto agli anni precedenti.

Punti vendita



La percentuale di utenti soddisfatti è sempre elevata: con la percentuale del **92%** di soddisfatti, a conferma della valutazione positiva registrata in tutte le rilevazioni precedenti.

SEZIONE DUE

LA SOSTA TARIFFATA

Definizione dell'obiettivo

L'indagine si è proposta di raggiungere i seguenti obiettivi:

- Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità del servizio e il livello di soddisfazione dei cittadini sul modo in cui l'AMAT S.p.A. lo gestisce nel suo complesso;
- Esaminare gli aspetti del servizio di sosta tariffata percepiti come prioritari dagli utenti;
- Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire servizi di qualità.

Scelta del tipo di intervista

Analogamente alla precedente indagine, i luoghi di incontro con il pubblico sono state le aree degli stalli di sosta e le aree di sosta custodita, nonché l'ufficio parcheggi di Via Matteotti, 34.

Stesura del questionario

L'indagine è stata condotta utilizzando lo schema di questionario in uso (all. 2).

Selezione delle unità del campione da intervistare

Il questionario è stato distribuito in modo non specifico agli utenti del servizio di sosta tariffata. Sono state individuate quattro categorie di utilizzatori del servizio:

1. gli abbonati;
2. i residenti;
3. coloro che parcheggiano la loro vettura nelle zone interessate dalla sosta tariffata in modo occasionale, poche volte nel corso del mese;
4. coloro che parcheggiano la loro vettura nelle zone interessate dalla sosta tariffata in modo abituale, fino a tre volte a settimana avvalendosi del biglietto.

Risultati della rilevazione

Il numero dei questionari, debitamente compilati, è risultato pari a 280.

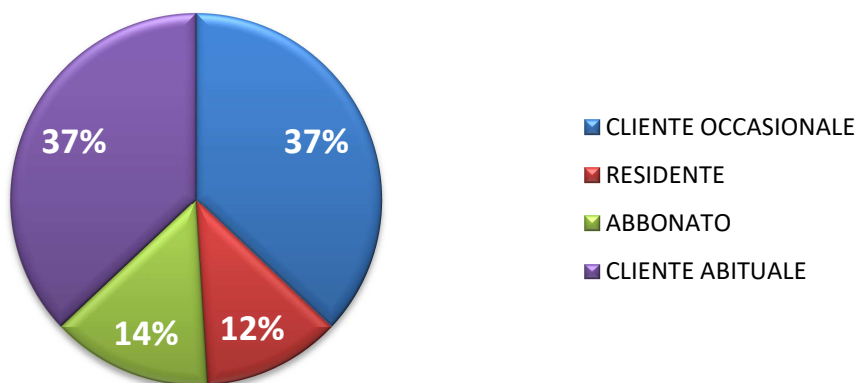
Anche in questo caso, nel predisporre il questionario si è inteso sollecitare gli intervistati a produrre le seguenti informazioni:

- A) *quelle dirette a conoscere l'identità dell'intervistato;*
- B) *quelle destinate a conoscere il giudizio dell'utente in merito agli standard di qualità del servizio;*
- C) *quelle destinate a conoscere il giudizio complessivo degli interessati sull'Azienda ed il suo modo di gestire il servizio.*

Qui di seguito si illustrano i risultati delle interviste.

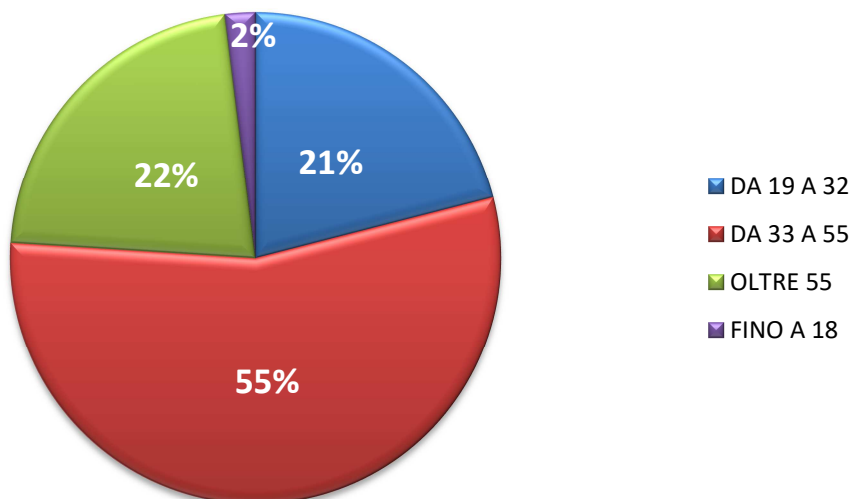
Identità del campione intervistato

IDENTITÀ' DEL CAMPIONE INTERVISTATO



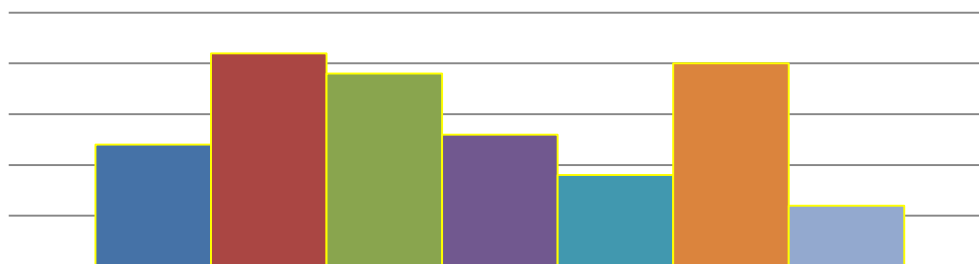
Il 37% degli intervistati è costituito da clienti abituali della sosta, il 37% da clienti occasionali, il 14% da abbonati, il 12% da residenti.

ETA' DEGLI UTENTI INTERVISTATI



Il 55% degli intervistati ha una età compresa tra i 33 e i 55 anni, il 21% rientra nella fascia di età compresa tra 19 e 32 anni, il 22% ha una età superiore a 55 anni, il restante 2% ha 18 anni.

ATTIVITÀ LAVORATIVA

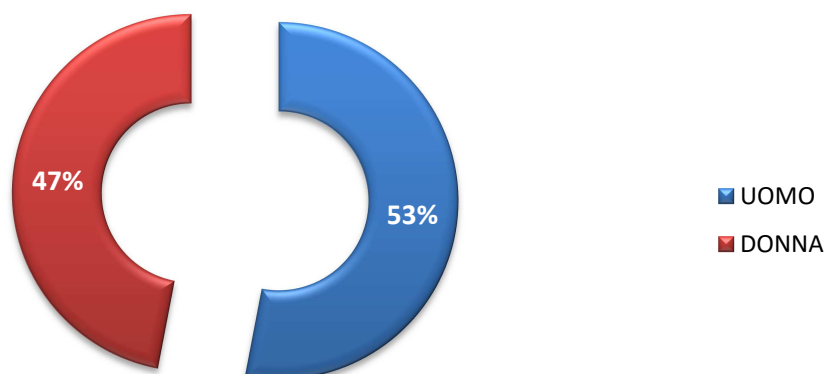


CASALINGA	12%
COMMERCIANTE	21%
LAV. AUTONOMO	19%
LAV. DIPENDENTE	13%
MILITARE	9%
PENSIONATO	20%
STUDENTE	6%

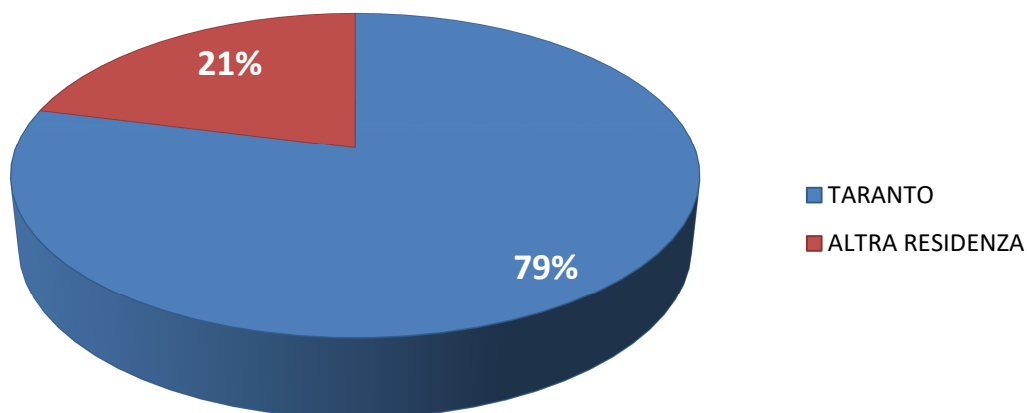
Il campione intervistato, in funzione dell'attività lavorativa svolta, è composto da: casalinghe 12%, commercianti 21%, lavoratori autonomi 19%, lavoratori dipendenti 13%, militari 9%, pensionati 20%, studenti 6%. Si conferma che la maggior parte degli utenti dei parcheggi a pagamento sono commercianti.

Il campione esaminato è risultato essere composto per il 53% da uomini e per il 47% da donne.

SESSO

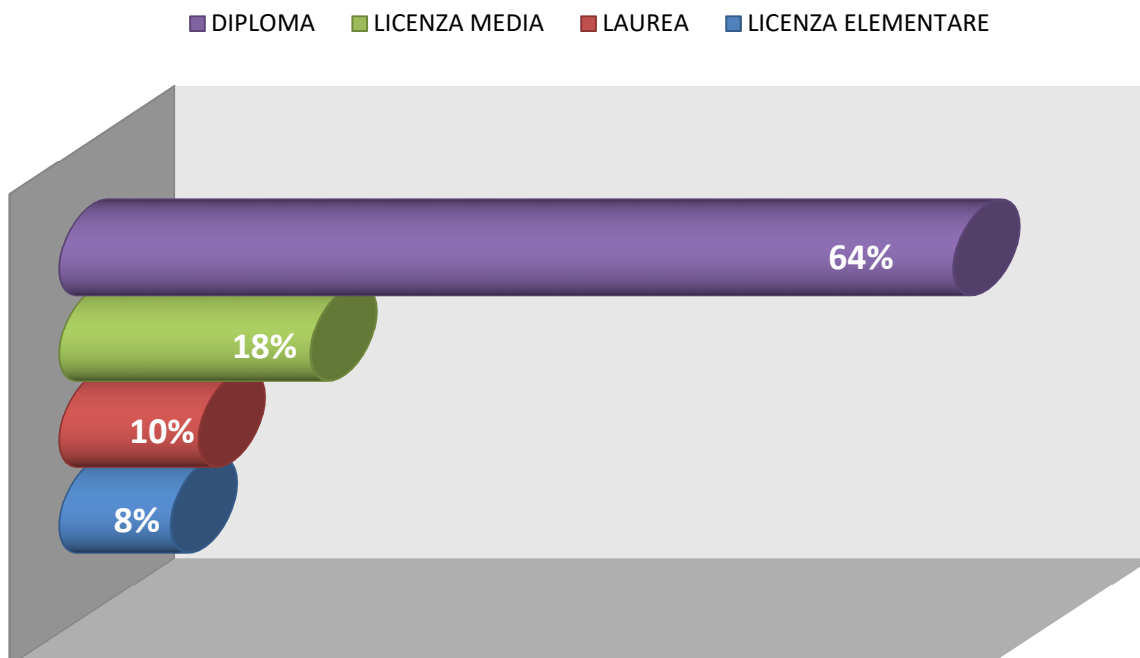


LUOGO DI RESIDENZA



Si è ritenuto opportuno rilevare la provenienza dell'intervistato per conoscere l'origine del suo spostamento: è emerso che, come prevedibile, la maggior parte degli utenti intervistati (**79%**) risiede nel Comune di Taranto.

TITOLO DI STUDIO



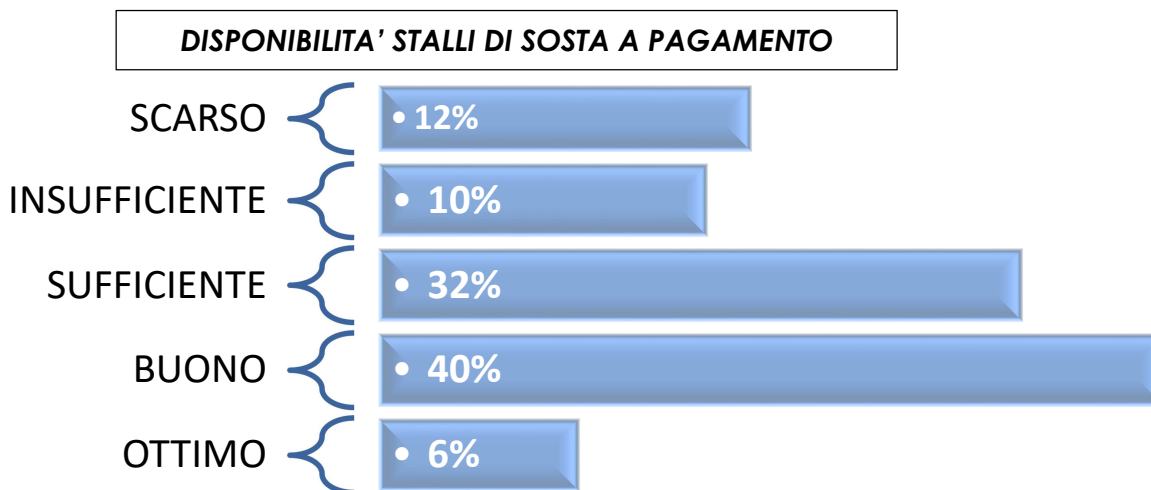
In relazione al titolo di studio il campione si compone per il 18% da persone in possesso della licenza media, per il 64% da diplomati, per l' 8% da coloro che sono in possesso della licenza elementare, per il 10% da laureati.

Risposte finalizzate a conoscere il parere degli intervistati sugli standard di qualità del servizio:

Agli intervistati è stato chiesto di esprimere un parere sugli standard di qualità del servizio di sosta tariffata. Le possibilità di giudizio sugli standard offerte agli utenti e indicate nel questionario sono state le seguenti: scarso, insufficiente, sufficiente, buono ottimo. Di seguito si espongono i risultati della rilevazione:

Disponibilità degli stalli di sosta a pagamento.

Gli intervistati sono stati interrogati sulla facilità di reperire parcheggio quando si recano nelle zone interessate dal servizio di sosta tariffata.

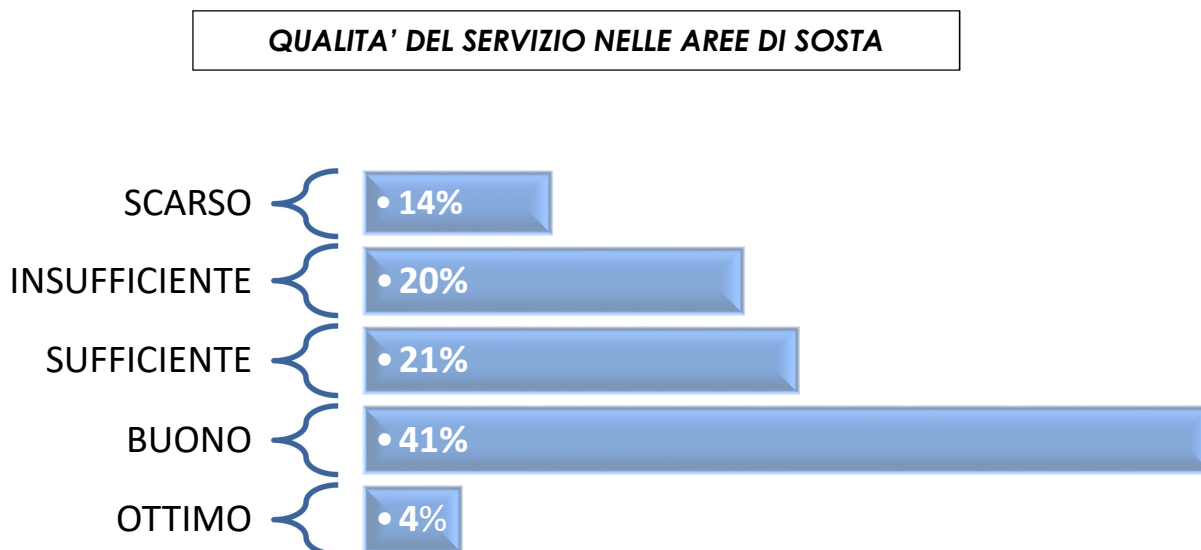


Il 12% degli intervistati ha dichiarato che lo standard è scarso, il 10% che è insufficiente, il 32% che è sufficiente il 40% che è buono e il 6% che è ottimo.

La maggiore quota degli intervistati ha rilevato che lo standard è positivo. La somma dei risultati positivi e quelli negativi rivela che il giudizio degli utenti è in maggioranza favorevole: il **78%** a fronte del **22%** negativo.

La qualità del servizio di sosta nelle aree vigilate.

Il campione è stato interrogato sull'organizzazione del servizio nelle aree di sosta a pagamento.



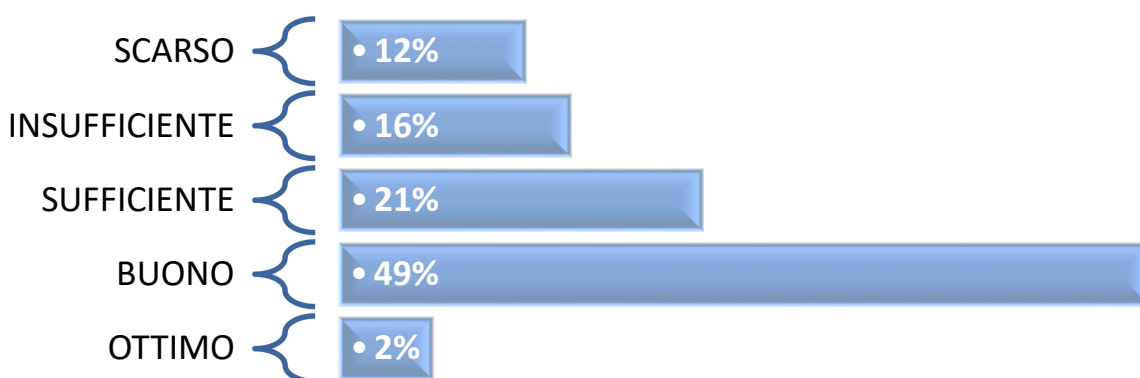
Una larga maggioranza degli intervistati ha rilevato che il livello di organizzazione è buono per il 41%, per il 21% sufficiente, per 4% ottimo. Ha ritenuto insufficiente tale standard il 21%, scarso il 14%.

Ne deriva che la maggior parte del campione intervistato, **66%**, giudica positivamente tale standard.

Numero di parcometri per il pagamento della sosta.

Agli intervistati è stato chiesto se avessero facilità a reperire i parcometri per il pagamento della sosta nelle zone interessate dalla stessa.

DISPONIBILITA' DI PARCOMETRI NELLE AREE DI SOSTA



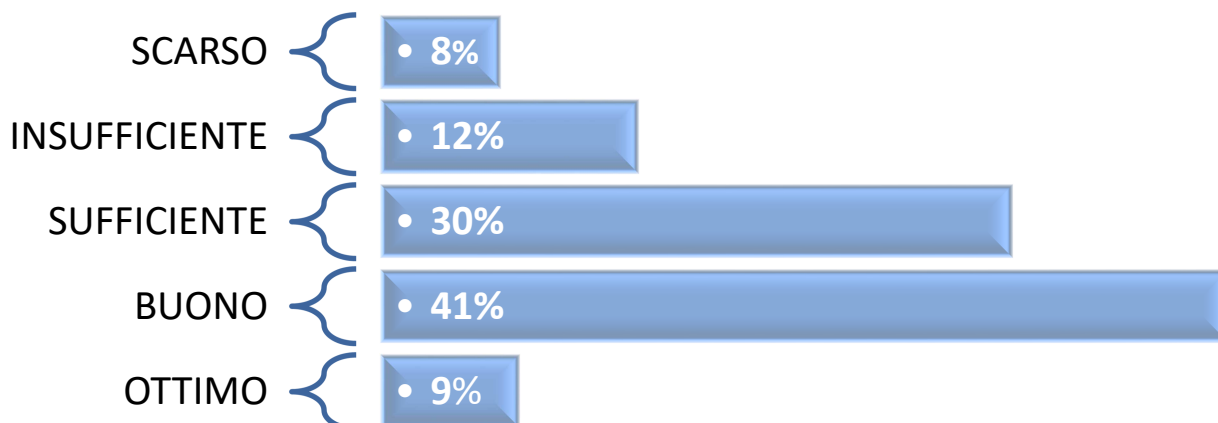
La minoranza degli intervistati (28%) ha espresso un giudizio negativo sul numero dei parcometri disponibili: il 16% ritiene che sia insufficiente, il 12% scarso. Il 21% lo ritiene sufficiente, il 49% buono e il 2% ottimo.

L'argomento ha riportato un giudizio complessivamente positivo, **72%**, avendo la clientela rilevato netti miglioramenti rispetto al passato, sia in termini di numero dei parcometri sia rispetto all'installazione di apparecchiature di nuova generazione.

Informazioni sui parcometri.

Lo standard sul quale è stato rivolto il quesito riguarda la qualità delle informazioni collocate sui parcometri e sulla segnaletica verticale della sosta.

SEGNALETICA RELATIVA AL PAGAMENTO DELLA SOSTA

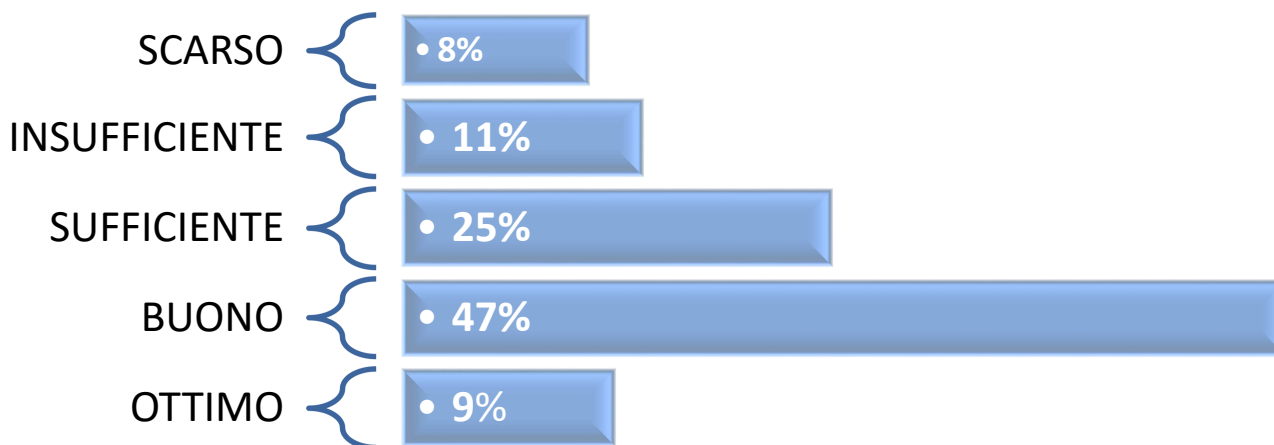


Il 30% degli intervistati ha espresso un giudizio di sufficienza, il 41% ha dichiarato che il livello di informazione è buono, il 9% che è ottimo, di contro il 12% ha rilevato che è insufficiente, l'8% che è scarso. Nel complesso il giudizio è positivo (**80%**), segno evidente che è stata particolarmente apprezzata la nuova segnaletica verticale che agli angoli delle strade indica la posizione del parcometro, nonché il costante aggiornamento della segnaletica che riporta le indicazioni utili al pagamento della sosta. Particolarmente apprezzata la segnaletica luminosa che indica sia la posizione delle aree di sosta chiuse sia la disponibilità di stalli di sosta.

Informazioni alla clientela.

Agli intervistati è stato chiesto se le informazioni fornite al pubblico, sia sul servizio che sugli aspetti aziendali di maggiore utilità per gli stessi, siano qualificate, puntuali e capillari. In particolare è stato chiesto se gli intervistati fossero soddisfatti dalla linea telefonica dedicata, sito internet, stampa, TV, personale di front-office.

INFORMAZIONI SULLA SOSTA A PAGAMENTO



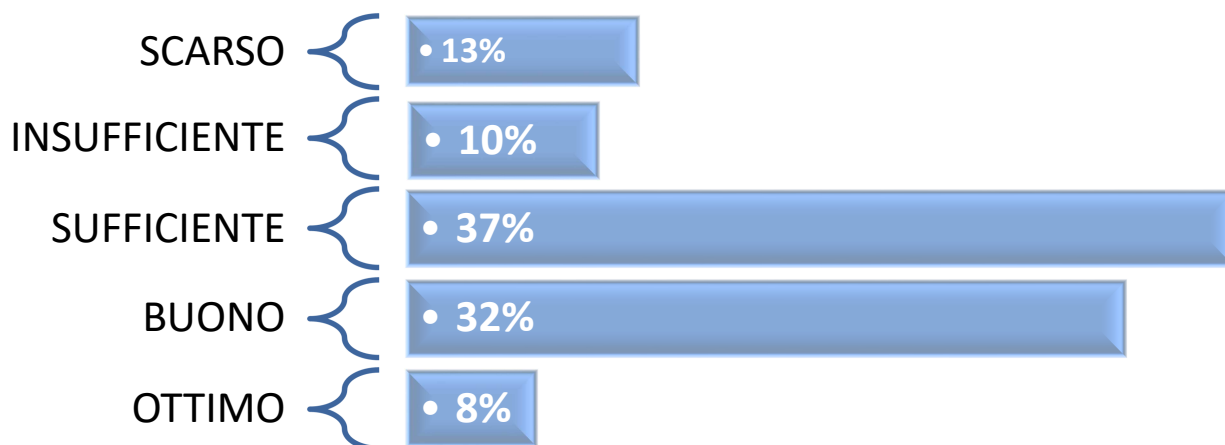
La maggioranza degli intervistati ha espresso il proprio gradimento sul servizio informazioni: il 25% ritiene che sia sufficiente, il 47% buono e il 9% che sia ottimo. Per l'11% insufficiente ed infine per il 8% scarso.

Il giudizio complessivo del campione su questo standard è quindi positivo per l'**81%**, mentre è negativo per il **19%**.

Cortesia del personale.

Lo standard concerne tutto il personale adibito alla sosta incluso il personale degli uffici aperti al pubblico e quello del servizio informazioni. Essi sono tenuti a trattare gli utenti con rispetto e cortesia, agevolandoli nell'esercizio dei loro diritti e fornendo loro tutte le informazioni richieste.

CORTESIA E DISPONIBILITA' DEL PERSONALE



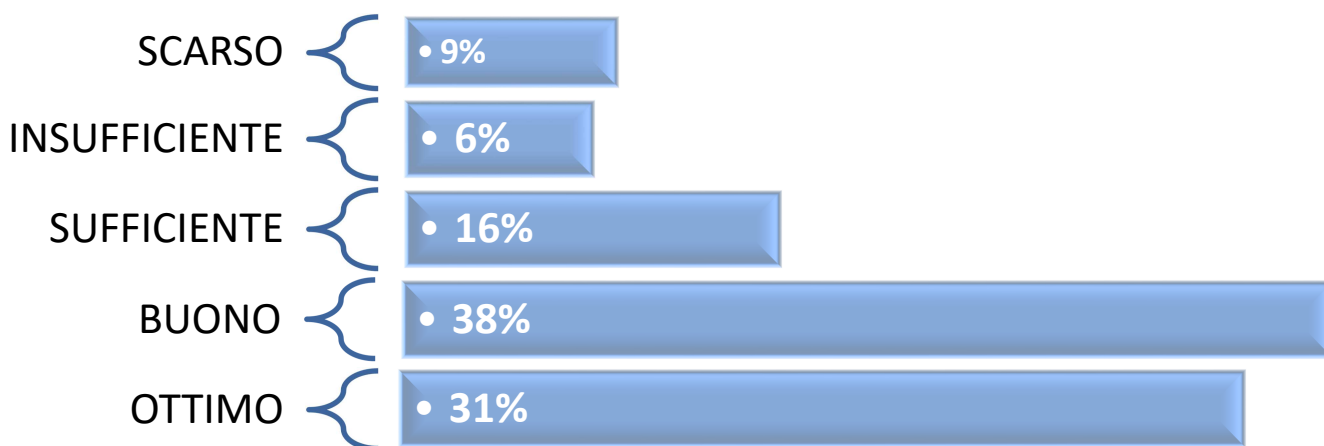
Il 37% del campione intervistato ha espresso un giudizio di sufficienza, il 32% ha espresso il giudizio di buono, l' 8% di ottimo, il 13% scarso e il 10% insufficiente.

Il giudizio complessivo degli intervistati sul fattore "cortesia del personale" è quindi positivo per il **76%**, è negativo per il **23%**.

Distribuzione dei punti vendita dei tagliandi di gratta e sosta.

Lo standard concerne l'aspetto commerciale dell'attività, inteso nel senso di rendere il più agevole possibile l'acquisto del ticket per la sosta.

PUNTI VENDITA E FACILITÀ ACQUISTO TITOLI DELLA SOSTA



Il 16% ha espresso un giudizio di sufficiente, il 38% di buono e il 31 di ottimo. Per il 16% è insufficiente e per il 9% è scarso.

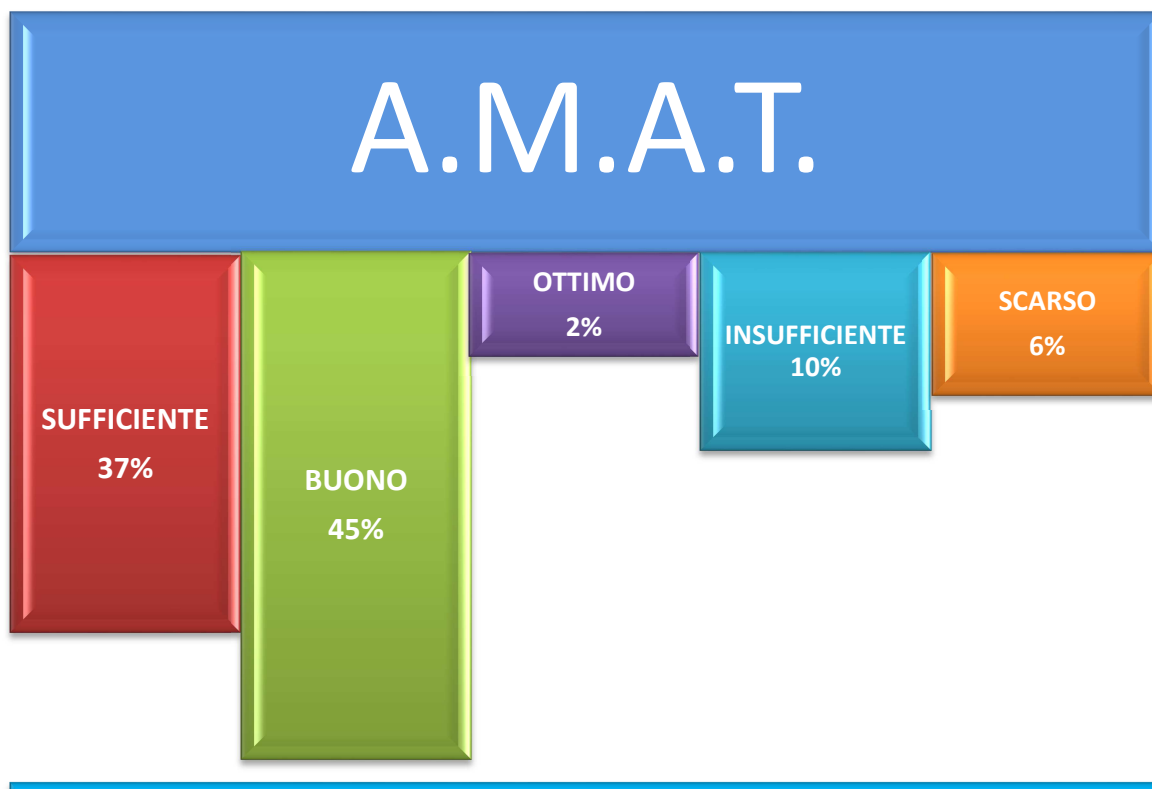
Il giudizio complessivo degli intervistati sullo standard per l' **85%** è quindi positivo, per il **15%** è negativo.

L'introduzione della possibilità di pagamento della tariffa di sosta mediante smartphone, attraverso diversi gestori, è stata particolarmente gradita dalla clientela.

Giudizio complessivo sull'AMAT Spa

Agli intervistati è stato anche chiesto esprimere un giudizio complessivo sulla gestione del servizio di sosta tariffata offerto dall'Azienda.

Il giudizio complessivo sul servizio offerto dalla Società è stato positivo per il **84%** (37% sufficiente, 45% buono 2% ottimo) e negativo per il **16%** (6% scarso e 10% insufficiente).



Standard da privilegiare e suggerimenti per migliorare il servizio

Oltre a quello sugli standard, è stato chiesto all'utenza di esprimere una preferenza verso gli aspetti del servizio ritenuti prioritari, quelli da privilegiare negli investimenti aziendali, nonché di esprimere suggerimenti per il miglioramento del servizio.

Gli intervistati hanno accreditato particolare valenza al numero degli stalli (72%), alla cortesia del personale (35%) e alle infrastrutture, con riferimento alla maggiore manutenzione delle aree di parcheggio (52%).



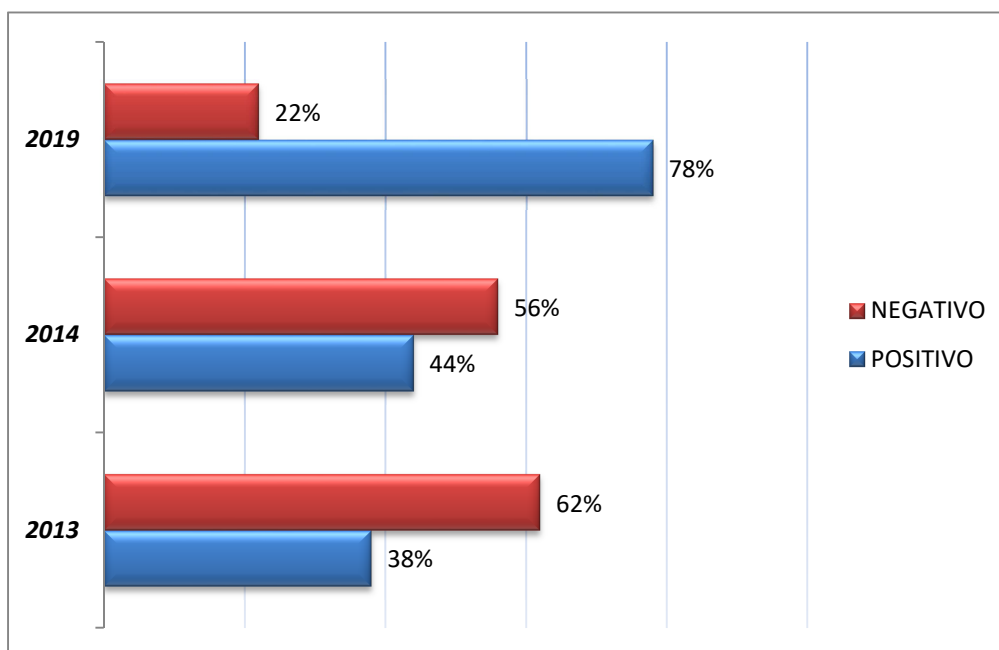
In merito alle istanze ed ai suggerimenti più significativi particolare attenzione meritano quelli diretti a ottenere:

- a) maggiori aree di sosta;
- b) una riduzione del costo degli abbonamenti per lavoratori;
- c) una maggiore professionalità da parte del personale che vigila sulle aree di sosta chiuse.

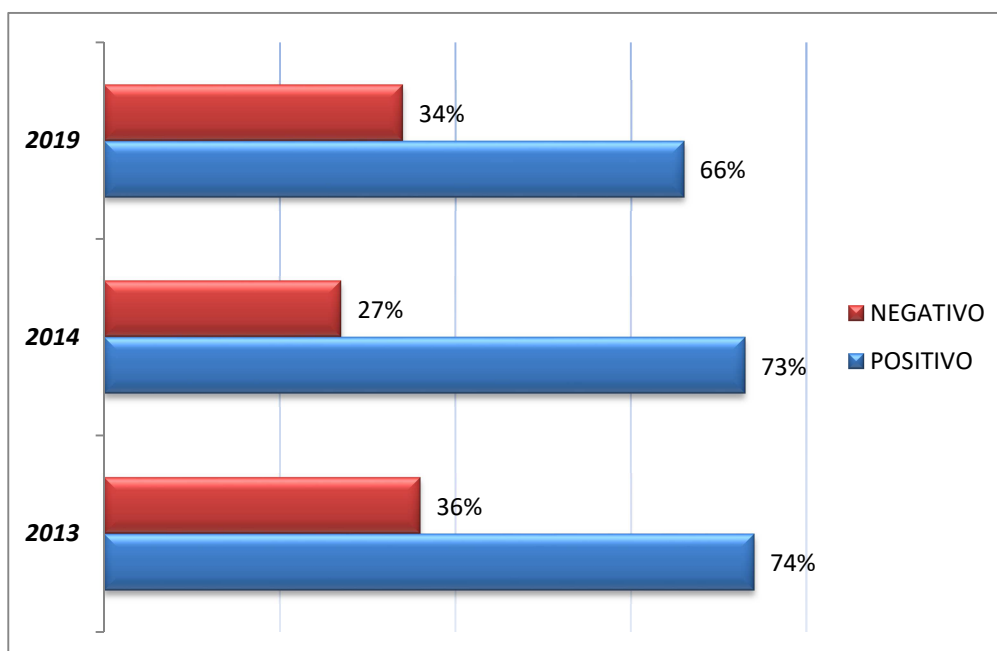
RAFFRONTO RISULTATI DELLA INDAGINE 2019/2020 CON GLI ANNI PRECEDENTI

Qui di seguito viene operato un confronto tra i dati rilevati nell'anno 2019 con quelli rilevati negli anni precedenti, al fine di operare un raffronto grafico sull'evoluzione delle performance riferite agli standard di qualità del servizio.

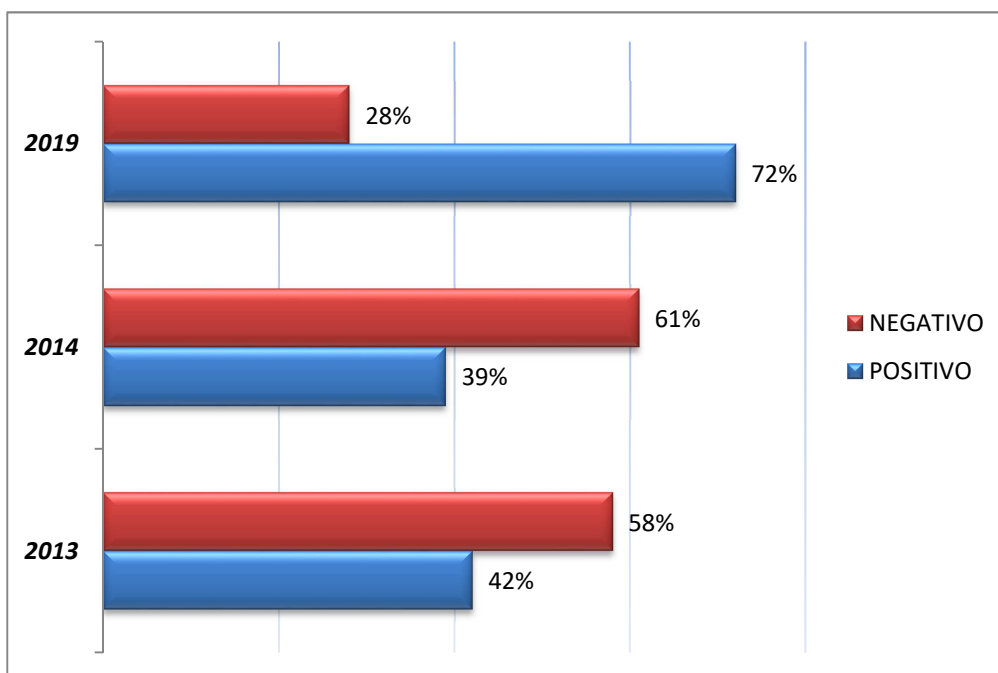
Disponibilità stalli di sosta



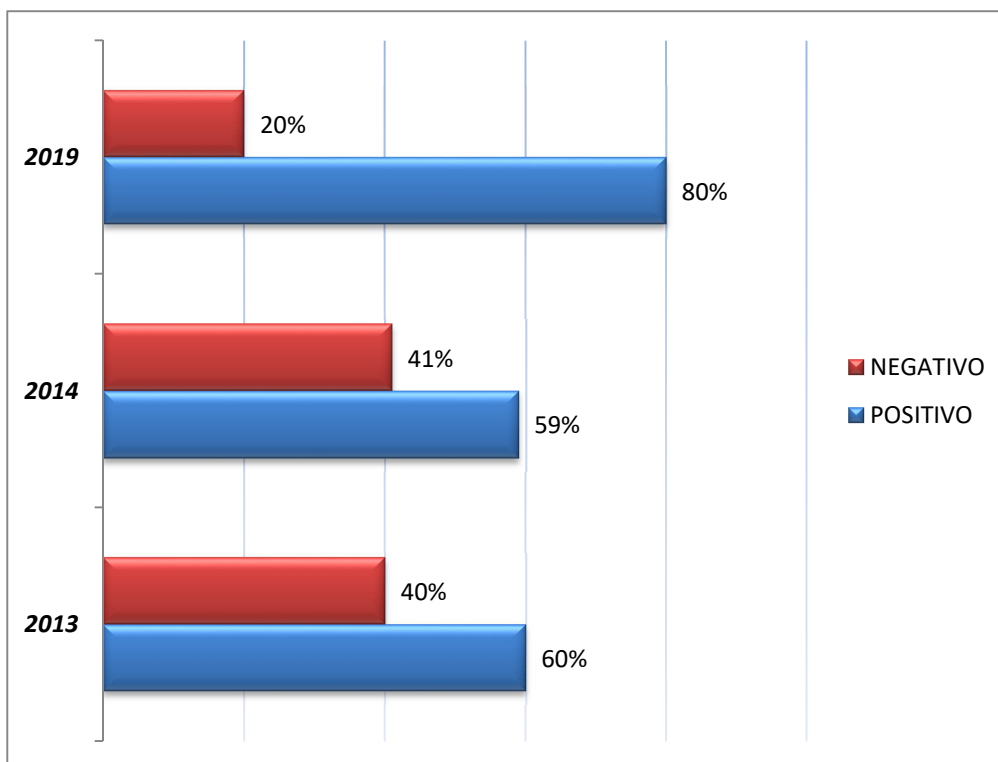
Qualità del servizio nelle aree di sosta



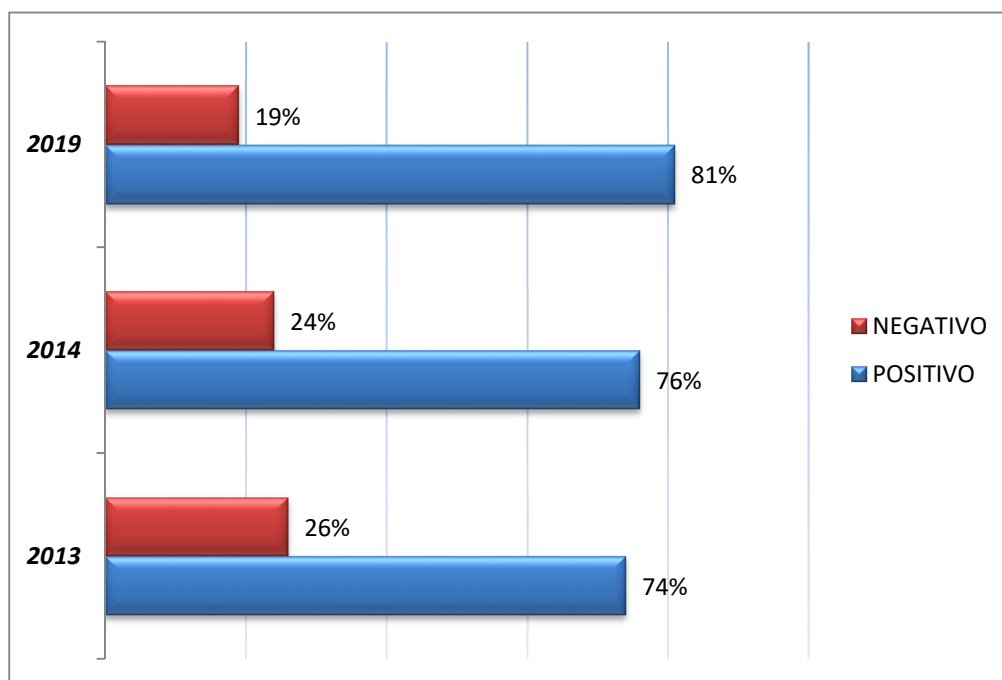
Disponibilità di parcometri nelle aree di sosta



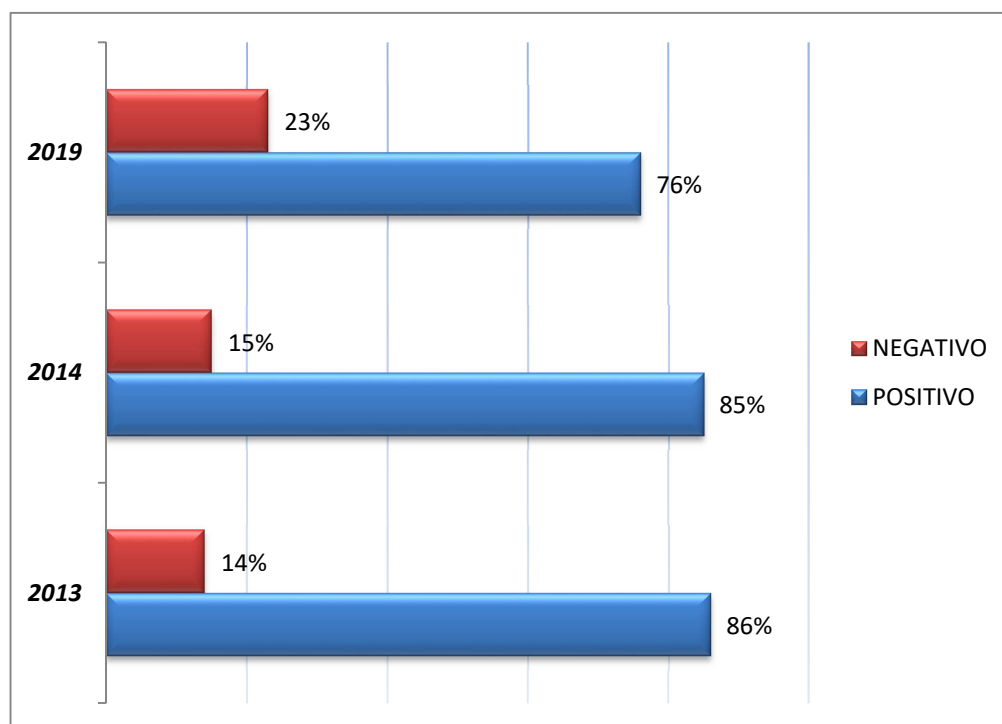
Segnaletica relativa al pagamento della sosta



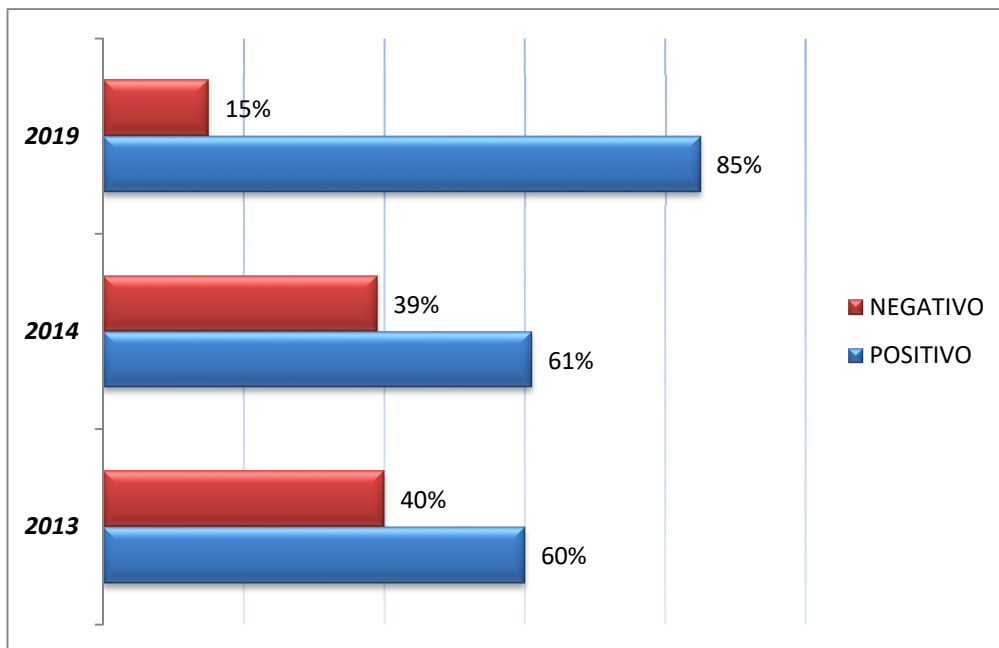
Informazioni sulla sosta a pagamento



Cortesia del personale



Punti vendita e facilità di acquisto titoli della sosta



SEZIONE TRE

CONCLUSIONI

Considerazioni Conclusive

Anche quest'anno si è registrata una partecipazione consapevole degli intervistati che, attraverso le risposte alle domande contenute nel questionario, hanno espresso con forza le proprie opinioni ed hanno offerto il loro contributo proponendo idee e suggerimenti sia sul servizio di trasporto pubblico che sul servizio di sosta tariffata.

In sintesi i dati e le più significative informazioni raccolte sugli standard di qualità consentono di riepilogare la seguente situazione:

Trasporto Pubblico Locale:

Aspetto	Giudizio	Percentuale	VARIAZIONE SU RILEVAZIONE PRECEDENTE
Sicurezza del viaggio	<i>Soddisfatti</i>	70%	(+3%)
Puntualità degli Autobus	Non soddisfatti	71%	(-12%)
Pulizia degli Autobus	Non Soddisfatti	52%	(-28%)
Comfort del viaggio	<i>Soddisfatti</i>	54%	(+29%)
Infrastrutture	<i>Soddisfatti</i>	78%	(+27%)
Informazione sulle corse	<i>Soddisfatti</i>	79%	(+11%)
Cortesia del personale	<i>Soddisfatti</i>	84%	(-6%)
Distribuzione dei punti vendita	<i>Soddisfatti</i>	92%	(-3%)
Giudizio complessivo sull'AMAT	<i>Soddisfatti</i>	73%	(+17%)

È di tutta evidenza che due standard qualitativi sono negativi nel giudizio della clientela. Essi però registrano una apprezzabile decrescita rispetto agli anni precedenti. In particolare i dati relativi alla "Puntualità degli autobus" (-12%); "Pulizia degli autobus" (-28%) testimoniano che il costante sforzo della struttura aziendale per migliorare il servizio erogato sono stati chiaramente e positivamente percepiti.

Il complesso delle iniziative che hanno caratterizzato il "core business" aziendale sono state chiaramente percepite dalla clientela, tanto da far salire l'indice di gradimento sull'AMAT del 17%.

Sosta Tariffata:

Aspetto	Giudizio	Percentuale	VARIAZIONE SU RILEVAZIONE PRECEDENTE
Disponibilità degli stalli di sosta a pagamento	<i>Soddisfatti</i>	78%	(+34%)
Qualità del servizio nelle Aree di Sosta	<i>Soddisfatti</i>	66%	(-7%)
Disponibilità dei parcometri	<i>Soddisfatti</i>	72%	(+21%)
Segnaletica sul pagamento della sosta	<i>Soddisfatti</i>	80%	(+21%)
Cortesia del personale	<i>Soddisfatti</i>	76%	(-9%)
Informazioni alla clientela	<i>Soddisfatti</i>	81%	(+5%)
Punti vendita e facilità acquisto	<i>Soddisfatti</i>	85%	(+24%)
Giudizio complessivo sull'AMAT	<i>Soddisfatti</i>	84%	(+11%)

I parametri di qualità sono stati tutti valutati positivamente dalla clientela.

Quelli legati alla “Qualità del servizio nelle aree di sosta” (66%) e “Cortesia del personale” (76%), pur restando nel range della valutazione positiva, hanno registrato un’apprezzabile riduzione rispetto agli anni precedenti.

Considerato che entrambi tali fattori di qualità sono direttamente connessi ai comportamenti del personale, è evidente che bisognerà cercare di migliorare il rapporto degli stessi con la clientela.

Anche in questo settore aziendale, come in quello del trasporto pubblico, l’indice di gradimento sull’AMAT è salito, incrementandosi dell’11%.

Si rimanda ai competenti organi amministrativi della Società per le valutazioni di competenza.

RESPONSABILE
STAFF OPERATIVO DELLA QUALITA’
(p.i. Cosimo Russo)

**Allegato 1
QUESTIONARIO T.P.L.**

**Le proponiamo un sondaggio per misurare la sua
soddisfazione in qualità di Cliente AMAT S.p.A.**

Qui di seguito sono riportate alcune domande, alle quali le chiediamo di rispondere, per raccogliere informazioni utili sui bisogni concreti dei viaggiatori e sulla qualità del servizio offerto dall'AMAT S.p.A.-

Grazie per il tempo che vorrà dedicarci.

LEI È	<input type="radio"/> ABBONATO <input type="radio"/> CLIENTE OCCASIONALE <input type="radio"/> CLIENTE ABITUALE
ETÀ	<input type="radio"/> FINO A 18 <input type="radio"/> DA 19 A 32 <input type="radio"/> DA 33 A 55 <input type="radio"/> OLTRE 55
SESSO	<input type="radio"/> UOMO <input type="radio"/> DONNA
PROFESSIONE	<input type="radio"/> STUDENTE/SSA <input type="radio"/> DISOCCUPATO/A <input type="radio"/> LAV. DIPENDENTE <input type="radio"/> LAV. AUTONOMO <input type="radio"/> CASALINGA <input type="radio"/> PENSIONATO <input type="radio"/> MILITARE
TITOLO DI STUDIO	<input type="radio"/> NESSUN TITOLO <input type="radio"/> LICENZA ELEMENTARE <input type="radio"/> LICENZA MEDIA <input type="radio"/> DIPLOMA <input type="radio"/> LAUREA
LUOGO DI RESIDENZA	<input type="radio"/> TARANTO <input type="radio"/> STATTE <input type="radio"/> LEPORANO <input type="radio"/> ALTRA RESIDENZA
1) COME GIUDICA LA SICUREZZA DEL VIAGGIO, IN TERMINI DI GARANZIA DELL'INCOLUMITA' FISICA SUA E DELLE SUE COSE?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
2) COME GIUDICA LA PUNTUALITÀ DEGLI AUTOBUS RISPETTO AGLI ORARI AFFISSI ALLE FERMATE?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo

3)	COME GIUDICA LA PULIZIA DEGLI AUTOBUS?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
4)	COME GIUDICA IL COMFORT DEL VIAGGIO IN TERMINI DI AFFOLLAMENTO E DI CLIMATIZZAZIONE?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
5)	COME GIUDICA LA MANUTENZIONE DELLE PALINE DI FERMATA E DELLE PENSILINE?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
6)	COME GIUDICA LE INFORMAZIONI ALLA CLIENTELA SUL SERVIZIO AMAT S.p.A.?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
7)	COME GIUDICA LA DISPONIBILITA' E LA CORTESIA DEL PERSONALE?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
8)	COME GIUDICA LA DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI ACQUISTO DI BIGLIETTI ED ABBONAMENTI SUL TERRITORIO?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
9)	QUALE, TRA QUELLI ELENCATI, E' L'ASPETTO PIU' IMPORTANTE DEL SERVIZIO DI TRASPORTO (è possibile fornire più di una risposta):	<input type="checkbox"/> SICUREZZA <input type="checkbox"/> PUNTUALITA' <input type="checkbox"/> PULIZIA <input type="checkbox"/> CORTESIA <input type="checkbox"/> INFORMAZIONE <input type="checkbox"/> INFRASTRUTTURE
10)	COME GIUDICA NEL COMPLESSO IL SERVIZIO DI TRASPORTO OFFERTO DALL'AMAT S.p.A.?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
11)	QUALI SONO I SUOI SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE IL SERVIZIO DI TRASPORTO URBANO	<hr/> <hr/> <hr/>

N.B. - Barrare la casella interessata.

Le proponiamo un sondaggio per misurare la sua soddisfazione in qualità di cliente AMAT S.p.A.

Qui di seguito sono riportate alcune domande, alle quali le chiediamo di rispondere, per raccogliere informazioni utili sui bisogni concreti degli utenti dei parcheggi a pagamento e sulla qualità del servizio offerto dall'AMAT- S.p.A.-
Grazie per il tempo che vorrà dedicarci.

	LEI È	<input type="radio"/> ABBONATO <input type="radio"/> CLIENTE OCCASIONALE <input type="radio"/> CLIENTE ABITUALE <input type="radio"/> RESIDENTE
	ETÀ	<input type="radio"/> FINO A 18 <input type="radio"/> DA 19 A 32 <input type="radio"/> DA 33 A 55 <input type="radio"/> OLTRE 55
	SESSO	<input type="radio"/> UOMO <input type="radio"/> DONNA
	PROFESSIONE	<input type="radio"/> STUDENTE/SSA <input type="radio"/> COMMERCIANTE <input type="radio"/> LAV. DIPENDENTE <input type="radio"/> LAV. AUTONOMO <input type="radio"/> CASALINGA <input type="radio"/> PENSIONATO <input type="radio"/> MILITARE
	TITOLO DI STUDIO	<input type="radio"/> NESSUN TITOLO <input type="radio"/> LICENZA ELEMENTARE <input type="radio"/> LICENZA MEDIA <input type="radio"/> DIPLOMA <input type="radio"/> LAUREA
	LUOGO DI RESIDENZA	<input type="radio"/> TARANTO <input type="radio"/> ALTRA RESIDENZA
1)	COME GIUDICA LA DISPONIBILITA' DI STALLI DI SOSTA A PAGAMENTO?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
2)	COME GIUDICA LA QUALITA' DEL SERVIZIO NELLE AREE DI SOSTA VIGILATA?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
3)	COME GIUDICA LA DISPONIBILITA' DI PARCOMETRI PER IL PAGAMENTO DELLA SOSTA?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo

4)	COME GIUDICA LA SEGNALETICA CHE INDICA LE REGOLE PER IL PAGAMENTO DELLA SOSTA? (informazioni su parcometri e pali)	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
5)	COME GIUDICA LA POSSIBILITÀ DI PAGAMENTO DELLA SOSTA MEDIANTE APPLICAZIONI SULLO SMARTPHONE?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
6)	COME GIUDICA IL SERVIZIO INFORMAZIONI ALLA CLIENTELA SUL SERVIZIO DELLA SOSTA A PAGAMENTO DI AMAT S.p.A.?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
7)	COME GIUDICA LA DISPONIBILITA' E LA CORTESIA DEL PERSONALE (Ausiliari della Sosta)?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
8)	QUALE, TRA QUELLI ELENCATI, E' PER TE L'ASPETTO PIU' IMPORTANTE DEL SERVIZIO DI SOSTA TARIFFATA (è possibile fornire più di una risposta):	<input type="checkbox"/> <i>DISPONIBILITA' POSTI PARCHEGGIO</i> <input type="checkbox"/> <i>CORTESIA DEGLI AUSILIARI</i> <input type="checkbox"/> <i>INFORMAZIONE</i> <input type="checkbox"/> <i>INFRASTRUTTURE (parcheggi vigilati)</i>
9)	COME GIUDICA NEL COMPLESSO IL SERVIZIO DI SOSTA A PAGAMENTO OFFERTO DALL'AMAT S.p.A.?	<input type="checkbox"/> Scarso <input type="checkbox"/> Insufficiente <input type="checkbox"/> Sufficiente <input type="checkbox"/> Buono <input type="checkbox"/> Ottimo
10)	QUALI SONO I SUOI SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE IL SERVIZIO DELLA SOSTA A PAGAMENTO ?	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

N. B. - Barrare la casella interessata.