

Rapporto di ricerca quantitativa

Ferrovie Appulo Lucane

Indagine sulla customer satisfaction.

Compilato per:



Ferrovie Appulo Lucane

Dott. Matteo Colamussi - Presidente

Redatto da:

- **Giovanni Ventrelli** : Research manager
- **Dario Cusatelli**: Resp. Operazioni statistiche

09 settembre 2015

Premessa

Le Ferrovie Appulo-Lucane S.r.l. sono nate come autonoma società il 1° Gennaio 2001.

La società è subentrata alla Gestione Commissariale Governativa delle Ferrovie Appulo Lucane ed Autoservizi Integrativi istituita nel 1990.

La rete ferroviaria era stata costruita nella prima metà del secolo, dalla Società Italiana per le Strade Ferrate del Mediterraneo, con l'ambizione, poi sfumata, di collegare la fascia tirrenica a quella jonica e di unire alle due direttrici costiere le zone interne della Puglia, della Basilicata e della Calabria.

Le tratte ferroviarie affidate alla società Fal S.r.l., ricadono nei territori della Puglia e della Basilicata e sono suddivise in tre linee:

Bari - Altamura - Matera

Altamura - Avigliano Lucania

Avigliano Città - Potenza

Negli anni '70, l'ammodernamento e lo sviluppo della rete stradale, conseguenti anche agli insediamenti industriali, causarono la progressiva soppressione del servizio ferroviario fino a determinare l'attuale rete di trasporto che, ristrutturata e ammodernata e con i miglioramenti al tracciato originario - nel corso del 2001 è stata completata la variante di Marinella della tratta Altamura-Matera -, svolge oggi un ruolo fondamentale nel crescente sviluppo delle aree interessate.

L'azienda ha avviato, negli ultimi anni, un percorso di cambiamento proteso al miglioramento della qualità dei servizi in Puglia e Basilicata.

La mission aziendale è quella di porre il viaggiatore al centro dell'attenzione.

Per questo motivo, a partire dalla carta servizi 2010-2011, vi è l'impegno dell'azienda a monitorare lo stato dell'arte dei suoi servizi attraverso una costante attività d'indagine per la Customer Satisfaction.

Gli scopi della Committenza

Le FAL intendono avvalersi di un'indagine quantitativa di customer satisfaction per **produrre un quadro incrociato di dati** atto a:

- **definire i punti di debolezza e le aree di miglioramento** potenziale di strutture e servizi;
- **comprendere la percezione dell'utente sulle azioni di rinnovamento** messe in cantiere dal management dell'azienda per il rinnovo di strutture e servizi;
- **mappare quantitativamente l'universo degli utenti FAL**: chi sono, cosa fanno e quali sono i driver di fruizione dei servizi;
- **delineare i trend evolutivi** della qualità dei servizi erogati nel breve e medio periodo.

Obiettivi della ricerca

In base alle premesse illustrate, R.P. Consulting definisce nel modo seguente gli obiettivi di questa indagine quantitativa:

- **indagare lo stato dell'arte dei servizi erogati, con riferimento particolare alle seguenti aree:**
 - sicurezza di mezzi (su gomma e rotaia), stazioni e passeggeri;
 - pulizia e condizione generale di mezzi (su gomma e rotaia) e stazioni;
 - cortesia, professionalità e disponibilità del personale di servizio;
 - correttezza e completezza delle informazioni di servizio ai passeggeri;
 - precisione e affidabilità dei mezzi (su gomma e rotaia);
 - condizioni di accessibilità a mezzi (su gomma e rotaia) e stazioni per i passeggeri invalidi;
 - modalità di accesso ai servizi (acquisto biglietti e abbonamenti, stato rete di vendita).

- **definire, dal punto di vista dell'utente, la qualità complessiva del servizio di trasporto offerto dall'azienda;**

- **indagare la percezione dell'utente sulle azioni di rinnovamento** delle strutture e dei servizi intraprese dall'azienda nell'ultimo semestre.

Metodologia e campione

Per rispondere agli obiettivi conoscitivi del Committente, è stato ipotizzato un disegno di ricerca quantitativo consistente in un'unica fase di rilevazione. La metodologia scelta è trasversalmente quella dell'intervista personale "face-to-face" strutturata.

Di seguito si riportano i dati in possesso di Ferrovie Appulo Lucane relativi al numero di utenti fruitori dei propri servizi.

Tab.1 - Stima del numero di passeggeri annuo

	Puglia	Basilicata
Su rotaia	2.020.000	430.000
Su gomma	1.400.000	1.070.000

Per un totale di 4.920.000 passeggeri.

Tab.2 - Distribuzione percentuale dei passeggeri

	Puglia	Basilicata
Su rotaia	41,1%	8,7%
Su gomma	28,5%	21,7%

Stabilito di effettuare un'indagine campionaria, cioè parziale rispetto all'intera popolazione di riferimento (potenzialmente molto elevata e comunque non individuabile nella sua interezza, con precisione), affinché la raccolta delle relative informazioni sia statisticamente valida, bisogna che il campionamento sia casuale, il che assicura la rappresentatività del campione. Inoltre si devono prefissare i parametri che tipicamente misurano l'attendibilità dei dati ottenuti: il livello di significatività α dell'indagine e l'errore campionario massimo $d/2$ che si corre affidandosi a dati rilevati non sull'intera popolazione bensì su una sua parte limitata.

Prefissati tali parametri, si può procedere al calcolo della dimensione del campione. Mentre da una parte è intuibile come aumentando la numerosità del campione divengano più attendibili le stime delle caratteristiche della popolazione di riferimento basate sui dati campionari, dall'altro è palese quanto aumentando la dimensione del campione crescano i costi di rilevazione.

Tutto ciò premesso, da una popolazione di riferimento molto elevata quale quella ipotizzabile per l'utenza delle FAL, fissando il livello di significatività $\alpha = 0,05$ (il che fornirebbe all'indagine campionaria un livello di fiducia del 95%) e l'errore campionario massimo $d/2 = 0,044$ (ossia intervalli di confidenza per l'intera popolazione con un'approssimazione entro $\pm 4,45\%$ rispetto al risultato campionario), bisognerebbe selezionare un campione casuale di

$$n = \frac{0,25 \cdot z_{\alpha/2}^2}{(d/2)^2} + 1 = 487 \text{ unità.}$$

Si precisa e ribadisce che la numerosità campionaria n è stata stabilita ponendo nella equazione

$$n = \frac{f(1-f)z_{\alpha/2}^2}{(d/2)^2} + 1$$

il livello di significatività $\alpha = 0,05$, l'errore massimo $d/2 = 0,0445$ e prevedendo la massima variabilità campionaria dei caratteri delle cui modalità si sono volute stimare le percentuali, ponendo pertanto $f = 0,5$.

Tecnica di rilevazione: intervista “face to face”

L’ intervista “face to face” permette di ottenere dati qualitativamente elevati; il rapporto diretto tra intervistatore e intervistato facilita la comprensione dei temi oggetto della ricerca consentendo la raccolta di **dati affidabili**.

L’intervista “face to face”, inoltre, utilizzando un questionario strutturato permette di indagare in profondità i temi eludendo al massimo le distorsioni dovute ad una eventuale errata interpretazione delle domande e permette di cogliere delle sfumature che altrimenti (caso in cui si utilizzi la tecnica di rilevazione della intervista telefonica) andrebbero perse.

L’utilizzo di una location “pubblica”, come appunto i mezzi e le stazioni, rende il reperimento degli intervistati più veloce e sicuro, perfettamente corrispondente alla stratificazione del campione scelto in base all’area territoriale sotto esame; vi è inoltre un miglior controllo di qualità dei dati ottenuti effettuato dal fieldwork in maniera preventiva direttamente in loco per evitare eventuali errori di rilevazione prima della somministrazione di ogni questionario.

Il questionario

Il questionario strutturato utilizzato per la rilevazione è stato compilato su precise indicazioni fornite alle Ferrovie Appulo Lucane dai relativi uffici competenti della Regione Puglia. Pertanto, le scale di valutazione utilizzate e gli item rilevati, con relativa descrizione, sono da considerarsi a tutti gli effetti parte di un protocollo standard individuato dall'ente regionale per le rilevazioni di customer satisfaction in ambito di trasporto pubblico.

Questionario FAL

Dati sulla linea

1. Mezzo di trasporto

- 1. Mezzo su rotaia
- 2. Mezzo su gomma

2. Linea dell'intervista

- 1. Altamura – Avigliano
- 2. Avigliano – Potenza
- 3. Bari – Matera
- 4. Bari – Palo – Toritto
- 5. Matera – Montalbano J.
- 6. Matera – Montescaglioso
- 7. Potenza – Laurenzana
- 8. Bari – Altamura – Matera

3. Tratta percorsa dal passeggero _____

4. Luogo intervista _____

Dati anagrafici

5. Genere

- 1. Donna
- 2. Uomo

6. Nazionalità _____

7. Comune di residenza _____

8. Fascia di età

- 1. 14 – 17 anni
- 2. 18 – 30 anni
- 3. 31 – 45 anni
- 4. 46 – 60 anni
- 5. over 60

9. Condizione lavorativa

1. Impiegato
2. Libero professionista
3. Imprenditore
4. Disoccupato
5. Studente (**vai a Domanda 10**)
6. Pensionato
7. Casalinga
8. Altro (specificare): _____

10. (solo per chi ha risposto 5 alla domanda 9) A quale corso di studi Lei è iscritto?

1. Media Superiore
2. Università
3. Corsi post-laurea (Master/Dottorato di ricerca)
4. Altro (specificare): _____

11. Titolo di studio

1. Licenza elementare
2. Licenza media inferiore
3. Licenza media superiore
4. Laurea/titoli Post-laurea

Utilizzo della presente linea di trasporto

12. Frequenza di utilizzo

1. Quotidianamente (festivi inclusi)
2. Nei giorni lavorativi (feriali)
3. 1-2 volte alla settimana
4. 2-3 volte al mese
5. Più raramente

13. Motivo di utilizzo

1. Lavoro
2. Studio
3. Motivi personali
4. Altro (specificare): _____

Valutazione della qualità del servizio

Ora Le elencherò alcuni aspetti fondamentali in un servizio di trasporto pubblico chiedendoLe quanto Lei ne risulta soddisfatto nel servizio di trasporto offerto dalle FAL secondo una scala di valori così definita:

Per niente 1 2 3 4 Molto

Che soddisfazione attribuisce a:

14	Puntualità	1	2	3	4
15	Frequenza nei giorni feriali	1	2	3	4
16	Copertura delle linee nell'arco delle 24 ore	1	2	3	4
17	Copertura delle linee in estate	1	2	3	4
18	Rispondenza orari alle esigenze degli utenti	1	2	3	4
19	Incastro delle coincidenze	1	2	3	4
20	Gestione di ritardi, interruzioni o altre emergenze	1	2	3	4

(solo per gli utenti dei mezzi su gomma)

21	Copertura delle linee nei giorni festivi	1	2	3	4
22	Rispetto delle fermate previste	1	2	3	4

Riguardo il Personale delle Ferrovie Appulo Lucane, che soddisfazione attribuisce a:

23	Disponibilità all'ascolto	1	2	3	4
24	Cortesia	1	2	3	4
25	Professionalità	1	2	3	4
26	Conduzione del mezzo	1	2	3	4
27	Controllo a bordo dei titoli di viaggio	1	2	3	4

A proposito di Comfort del servizio, che soddisfazione attribuisce a:

28	Disponibilità posti a sedere	1	2	3	4
29	Efficienza dell'impianto di climatizzazione	1	2	3	4
30	Pulizia interna dei mezzi	1	2	3	4
31	Pulizia esterna dei mezzi	1	2	3	4
32	Sicurezza delle persone e degli oggetti	1	2	3	4

Riguardo le informazioni a disposizione del pubblico sul servizio, che soddisfazione attribuisce a:

33	Percorsi e fermate (tabelle, mappe)	1	2	3	4
34	Orari	1	2	3	4
35	Tariffe	1	2	3	4
36	Variazioni del servizio	1	2	3	4
37	Via web (sito internet)	1	2	3	4
38	Ufficio Relazioni col Pubblico	1	2	3	4

A proposito di servizi a terra, che soddisfazione attribuisce a:

39	Pulizia delle stazioni	1	2	3	4
40	Illuminazione delle stazioni	1	2	3	4
41	Funzionamento scale mobili	1	2	3	4
42	Funzionamento ascensori	1	2	3	4
43	Quadri orario dei mezzi	1	2	3	4
44	Presenza punti vendita (biglietterie)	1	2	3	4
45	Funzionamento obliteratedrici	1	2	3	4
46	Informazione sonora	1	2	3	4
47	Disponibilità del personale a terra	1	2	3	4
48	Presenza di rastrelliere per biciclette	1	2	3	4

49. A Gennaio 2014 le FAL hanno introdotto, nella stazione BARI CENTRALE, un sistema di ingresso/uscite a tornelli automatici. Lei ritiene questa innovazione:

1. positiva
2. negativa
3. non saprei, non ho mai utilizzato i tornelli automatici ([vai a Domanda 51](#))

50. (per chi NON ha risposto 3 alla domanda 49) Per quale motivo?

51. Lei ritiene che, negli ultimi 12 mesi, la sua esperienza di fruizione del servizio delle FAL sia:

1. migliorata
2. peggiorata
3. rimasta invariata
4. non saprei, è la prima volta che utilizzo il servizio delle FAL ([vai a Domanda 53](#))

52. (per chi NON ha risposto 4 alla domanda 51) Per quale motivo?

Fonti di informazione, alfabetizzazione informatica e direct marketing

53. E' a conoscenza dell'esistenza del sito internet delle FAL?

1. Sì, lo visito spesso
2. Sì, lo visito raramente
3. Sì ma non l'ho mai visitato ([vai a Domanda 55](#))
4. No ([vai a Domanda 55](#))

54. (per chi ha risposto 1 o 2 alla domanda 54) Quanto è soddisfatto del sito internet delle FAL secondo la seguente scala di valori?

Per niente

1	2	3	4
---	---	---	---

 Molto

55. Suggerimenti per lo sviluppo del sito internet delle FAL:

Quote e target

Campione: ca. 487 intervistati

Metodologia: ricerca quantitativa

Tecnica di rilevazione: interviste personali "face to face" da realizzarsi su mezzi (gomma/rotaia) e nelle stazioni;

Strumento di rilevazione: questionario strutturato della durata di 6-7 minuti max presso l'utente;

Reperimento campione: direttamente in loco (mezzi e stazioni) - presso le aree definite come territorio d'indagine;

Periodo di rilevazione: dal 25/05/2015 al 03/06/2015

Percentuale di significatività: 95%

Margine di errore: 4,4 %

Segmento UTENTI:

- sesso ed età casuali (distribuzione naturale del campione);
- tutti acquirenti da intervistare durante la fruizione degli spazi e dei servizi dell'azienda (in stazione, sui

Territorio d'indagine

Il territorio oggetto d'indagine è stato suddiviso tra Puglia e Basilicata lungo tutta la rete su rotaia e su gomma delle Ferrovie Appulo Lucane.

In particolare, sono state indagate con maggiore attenzione le tratte a più alta concentrazione di passeggeri ed eventi annui.

Qui di seguito lo schema riassuntivo della suddivisione del **campione intervistato e delle interviste valide ai fini dell'analisi dei dati** con specifiche relative al tipo di linea su cui è stata svolta la rilevazione.

RILEVAZIONE sulle LINEE FERROVIARIE

LINEA	INTERVISTE EFFETTUATE
Altamura - Avigliano (Potenza scalo)	23
Avigliano - Potenza	83
Bari - Matera	127
TOTALE	233

RILEVAZIONE sulle AUTOLINEE

LINEA	INTERVISTE EFFETTUATE
Bari - Palo - Toritto - Gravina	71
Matera - Montalbano j.	65
Matera - Montescaglioso	58

Potenza - Laurenzana	23
Bari - Altamura - Matera	37
TOTALE	254

La metodologia di verifica di ipotesi

L'*inferenza statistica* o *induzione statistica* è un insieme di tecniche, messe a punto con l'ausilio del calcolo delle probabilità, mediante le quali si possono trarre certe informazioni sull'intera popolazione, sulla base dei risultati di un campione estratto dalla popolazione stessa. Pertanto, a fronte di tecniche campionarie adottate correttamente, le unità campionate forniscono attendibili informazioni relative a tutte quelle della popolazione di riferimento dell'indagine.

Dato il tipo di campionamento effettuato per questa indagine e l'elevata ampiezza della popolazione, il miglior *stimatore* (\hat{p}) delle frequenze relative (p) dell'intera popolazione sono proprio quelle campionarie (con le quali sono state costruite tutte le tabelle presentate).

Per quanto attiene ai *test* per la *verifica d'ipotesi*, sono stati essenzialmente usati quelli per verificare l'indipendenza fra due caratteri qualitativi.

Per le tabelle in cui ci sono gli incroci fra ogni domanda ed il mezzo di trasporto (rotaia o gomma), il test risulta significativo (cioè esiste interdipendenza fra i due caratteri di volta in volta esaminati, uno dei quali è sempre il "mezzo di trasporto") quando il valore presente nella colonna Sig. asint. (2 vie) è minore di 0,05 (quindi con livello di confidenza del 95%) e ciò si verifica in quasi tutti i casi.

Dal punto di vista teorico-metodologico, quando, pur avendo a disposizione un grande campione, risulta che alcune celle della tabella di contingenza contengono frequenze assolute attese (sotto tale ipotesi di indipendenza) $n_{ih}^* = n_{i0} \cdot n_{0j} / n$ inferiori a 5, è preferibile usare, anziché il *test di Pearson*

$$Q^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{h=1}^c \frac{(n_{ih}^* - n_{ih})^2}{n_{ih}^*},$$

quello del *rapporto fra le massime verosimiglianze* (*log likelihood ratio test*):

$$G^2 = -2 \sum_{i=1}^r \sum_{h=1}^c n_{ih} \ln(n_{ih}^* / n_{ih}).$$

Entrambi i test si distribuiscono come una variabile casuale χ_g^2 con $g=(r-1)(c-1)$ gradi di libertà (essendo r e c il numero delle modalità dei due caratteri).

Inoltre, per il confronto fra l'indagine attuale e quella dell'anno precedente, oltre al test di interdipendenza è stato utilizzato anche quello di cosiddetta "linear by linear association"

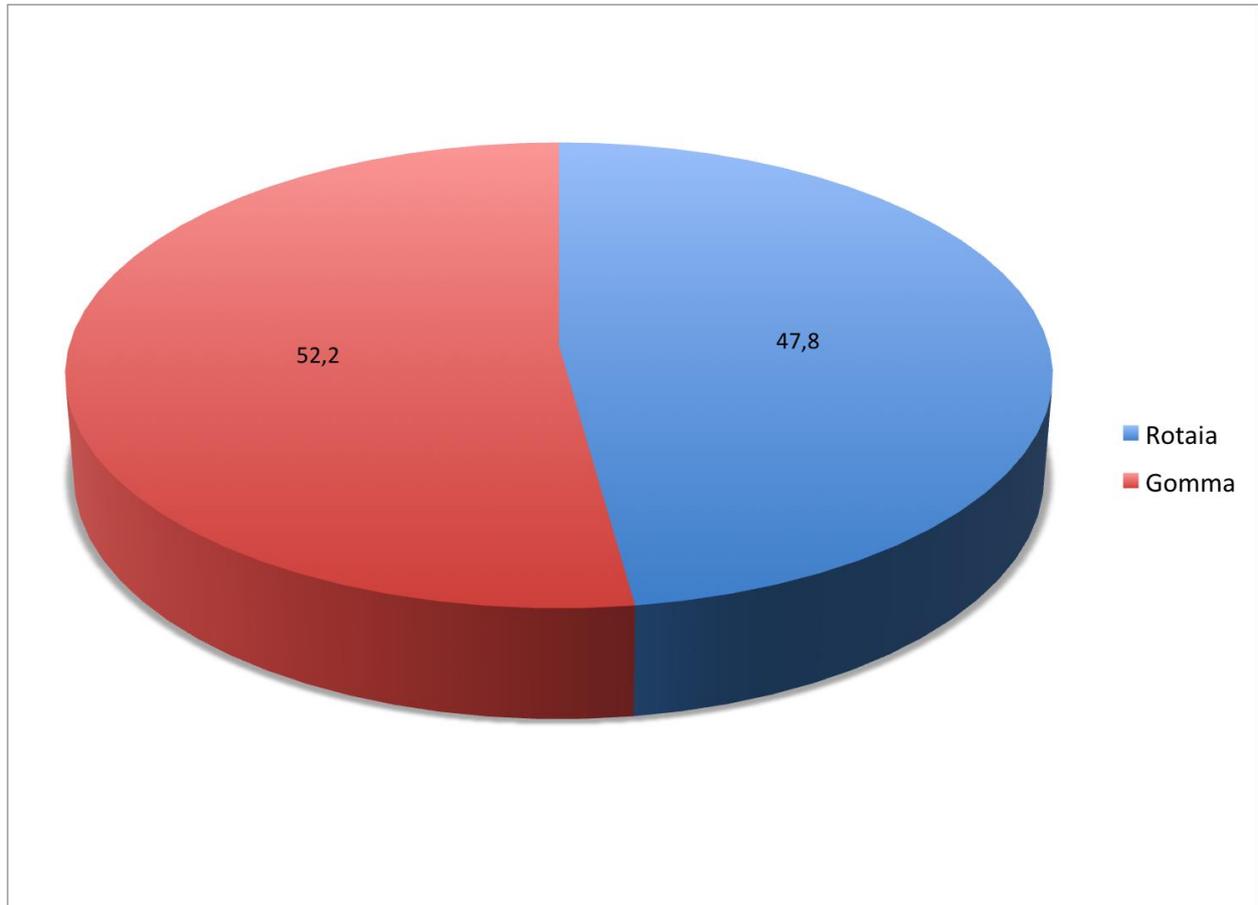
$$M^2 = (2n-1)r^2$$

dove r è il coefficiente di correlazione fra anno e giudizio di volta in volta espresso, e $2n$ la numerosità campionaria complessiva delle due indagini. Tale test si distribuisce secondo una variabile casuale χ^2 con 1 grado di libertà, e serve a verificare l'ipotesi che fra un'indagine e l'altra le frequenze si spostino in modo significativamente "lineare" lungo le quattro modalità di giudizio (potendo quindi, a seconda dei casi, migliorarlo o peggiorarlo nel complesso), cioè fornisce un'informazione ulteriore rispetto al Chi-quadrato di Pearson che rileva qualsiasi tipo di cambiamento significativo nelle frequenze dei giudizi fra le due indagini (quindi non solo quello "lineare").

Analisi dei dati

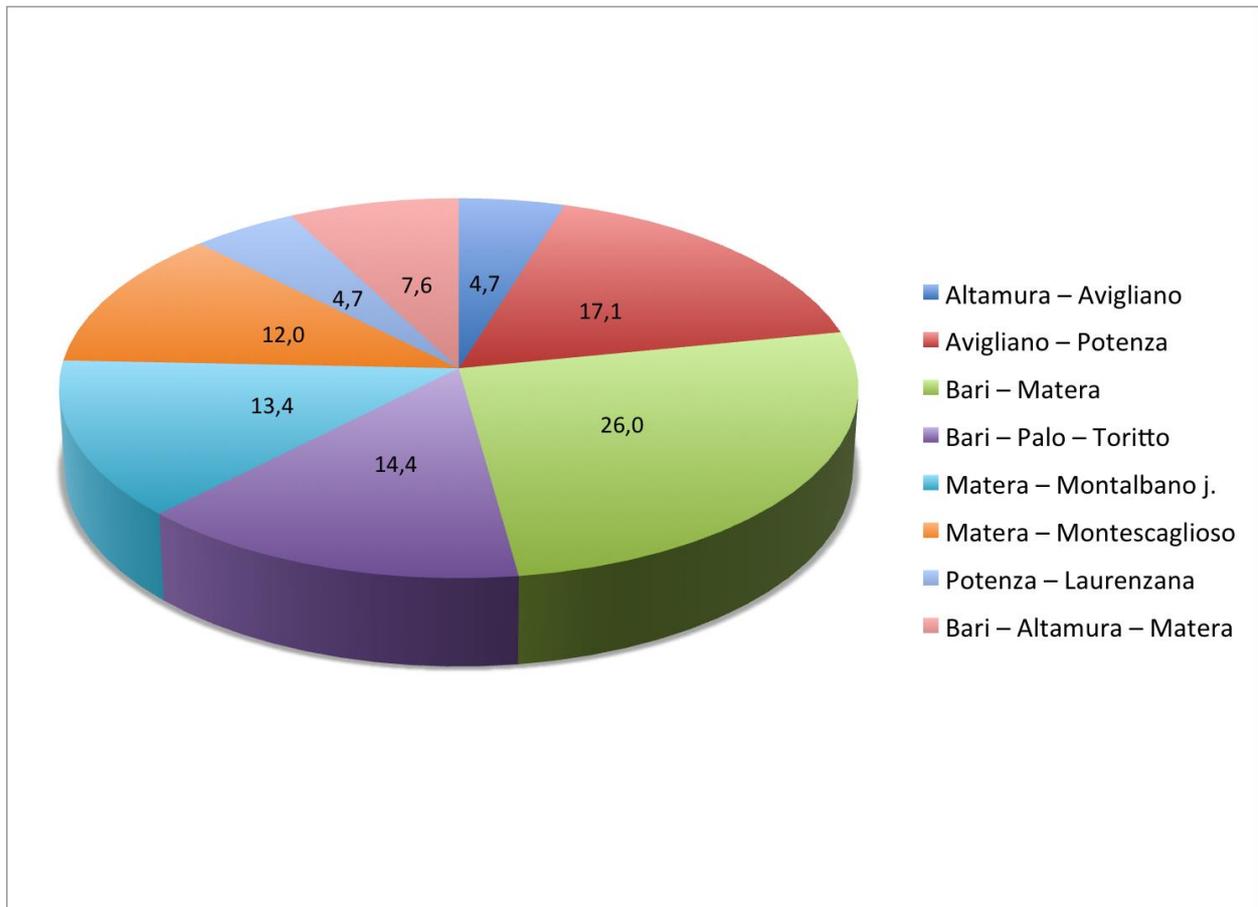
Risultati - Domande di Ingresso - Descrizione del campione

D1. Mezzo di trasporto rilevato.



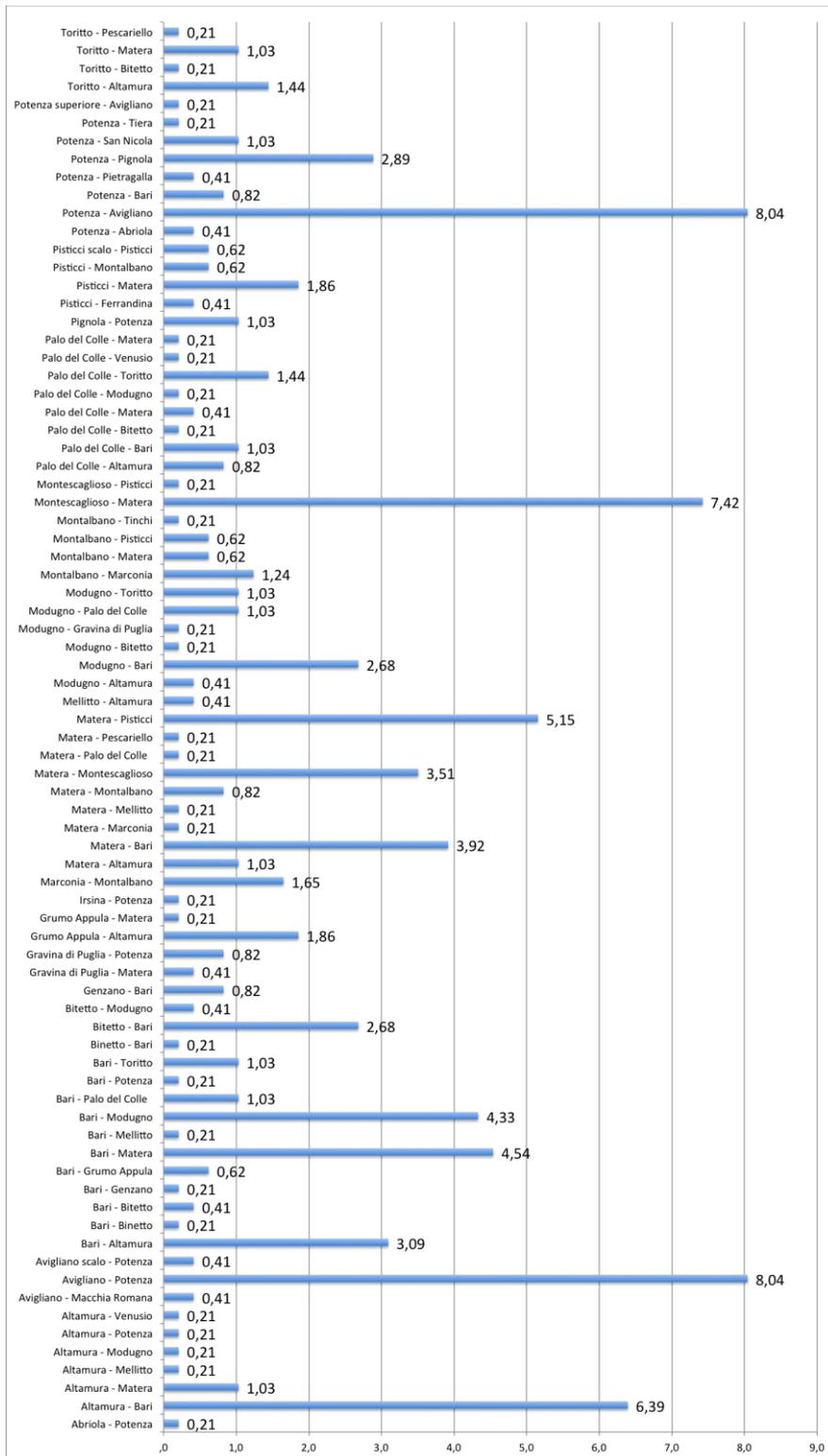
Il campione analizzato si distribuisce in percentuale leggermente maggiore nella fruizione del servizio di trasporto automobilistico, rispetto a quello ferroviario offerto dalle Ferrovie Appulo Lucane.

D2. Linea dell'intervista.



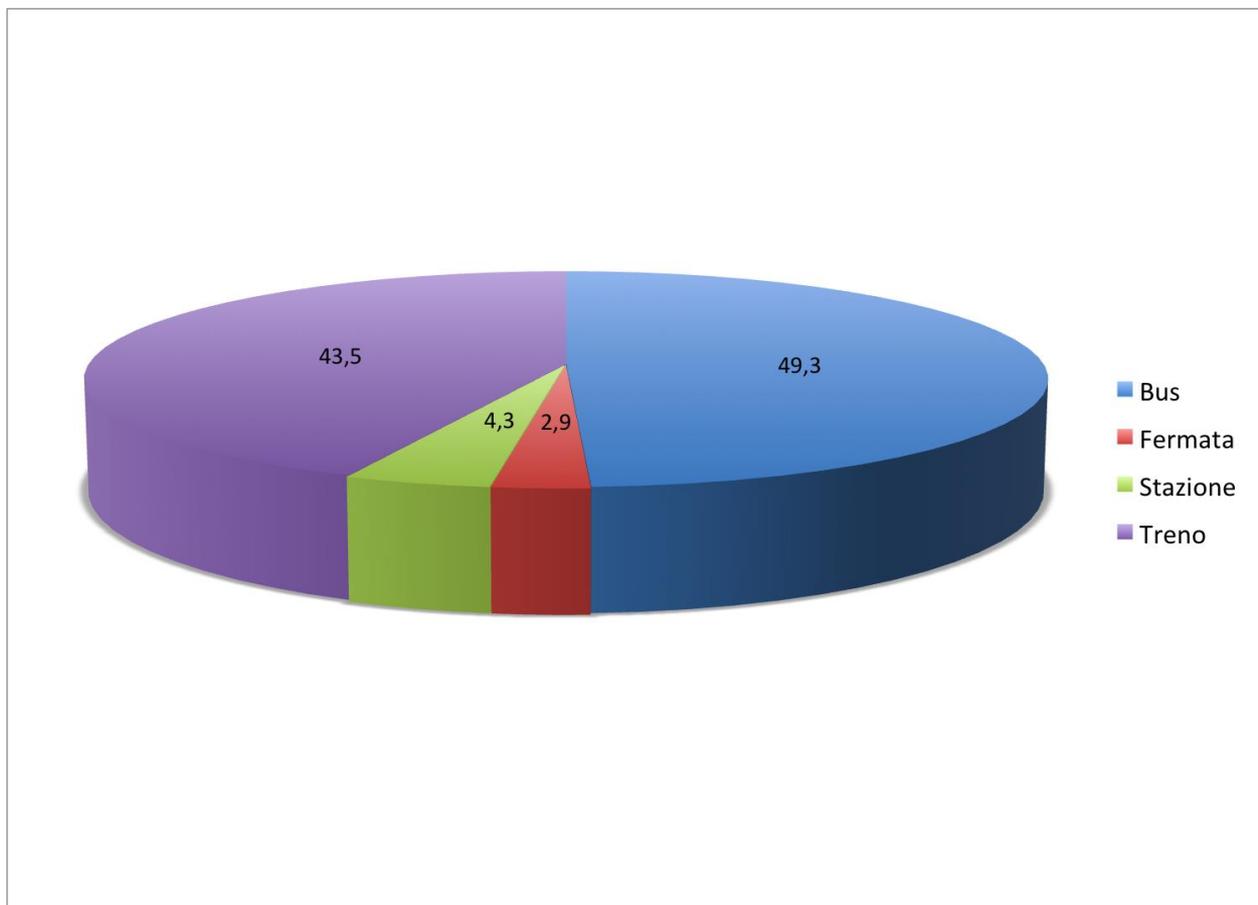
L'indagine ha coinvolto le tratte di principale interesse, selezionate in base alla più alta concentrazione di passeggeri.

D3. Tratta percorsa dal passeggero.



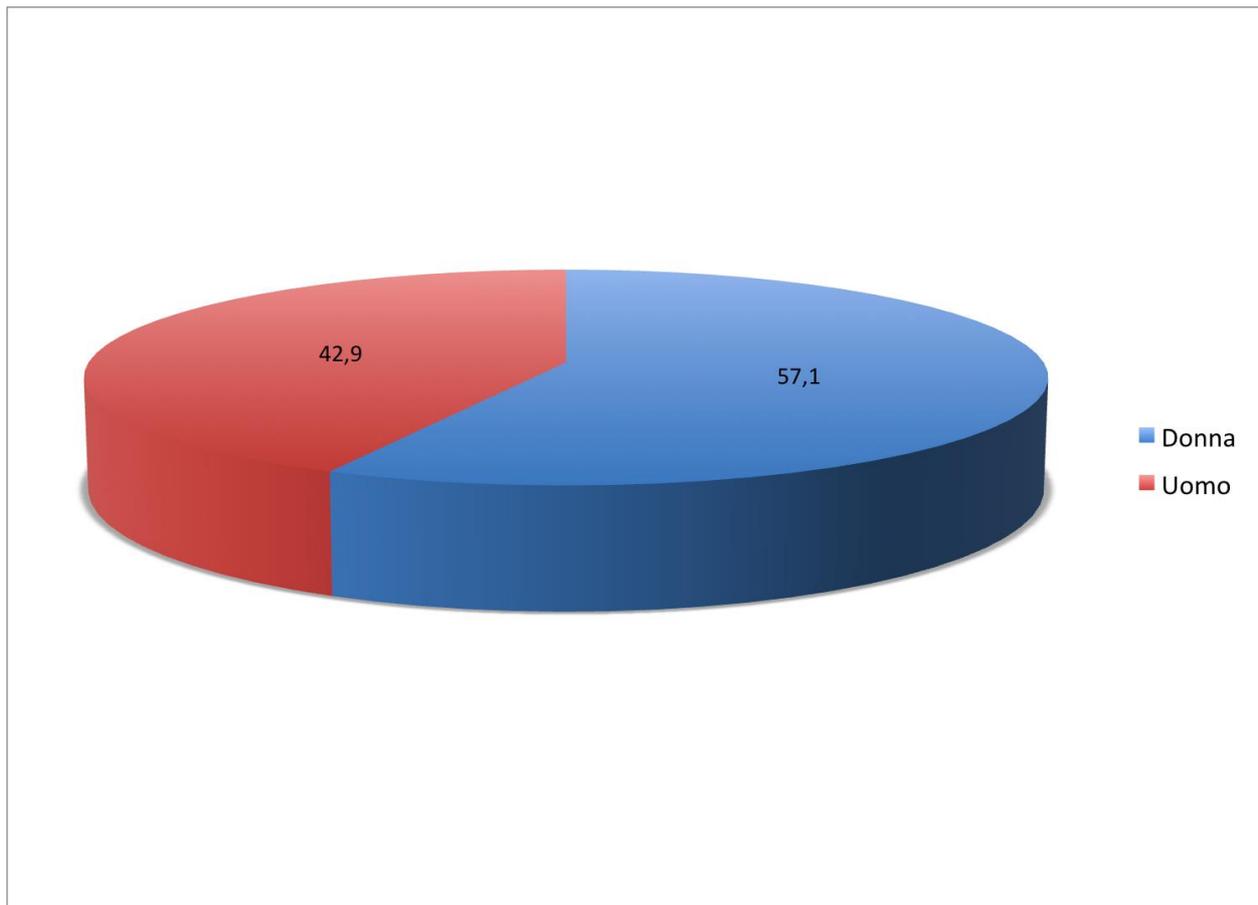
Le tratte con maggior flusso di passeggeri sono quelle comprese tra Bari e Altamura in entrambi i sensi di percorrenza, seguita dalle rispettive sulla direttrice Avigliano-Potenza e sulla direttrice Montescaglioso-Matera (sempre in entrambi i sensi di percorrenza).

D4. Luogo dell'intervista.



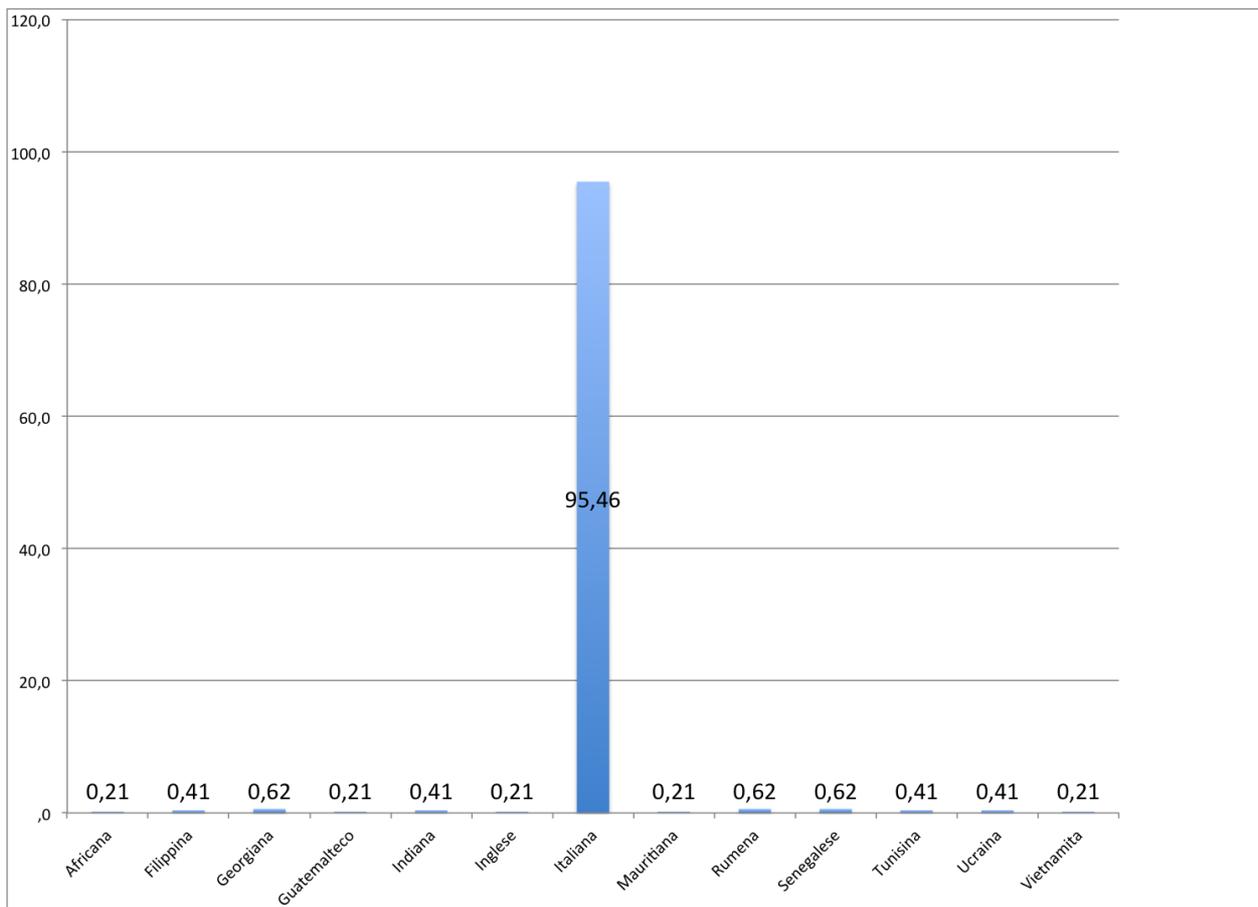
Ai clienti Fal coinvolti nell'indagine è stato chiesto di rispondere ad alcune domande poste dall'intervistatore, direttamente in loco (sui mezzi o nelle stazioni/fermate), durante la fruizione del servizio. Le interviste hanno avuto luogo nella gran parte in autobus (54%) e in treno (46%), luoghi in cui il cliente sosta più a lungo.

D5. Sesso degli intervistati.



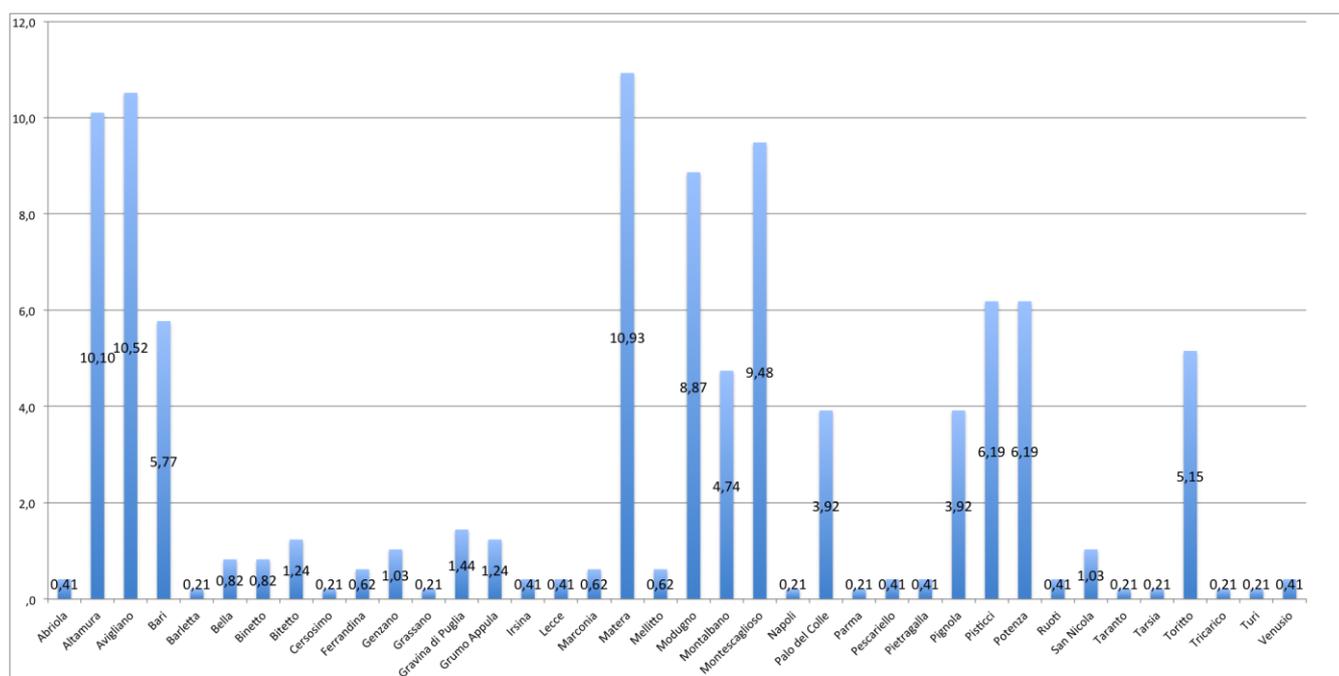
I partecipanti alla ricerca sono ben distribuiti per sesso, con prevalenza del sesso femminile.

D6. Nazionalità dei rispondenti.



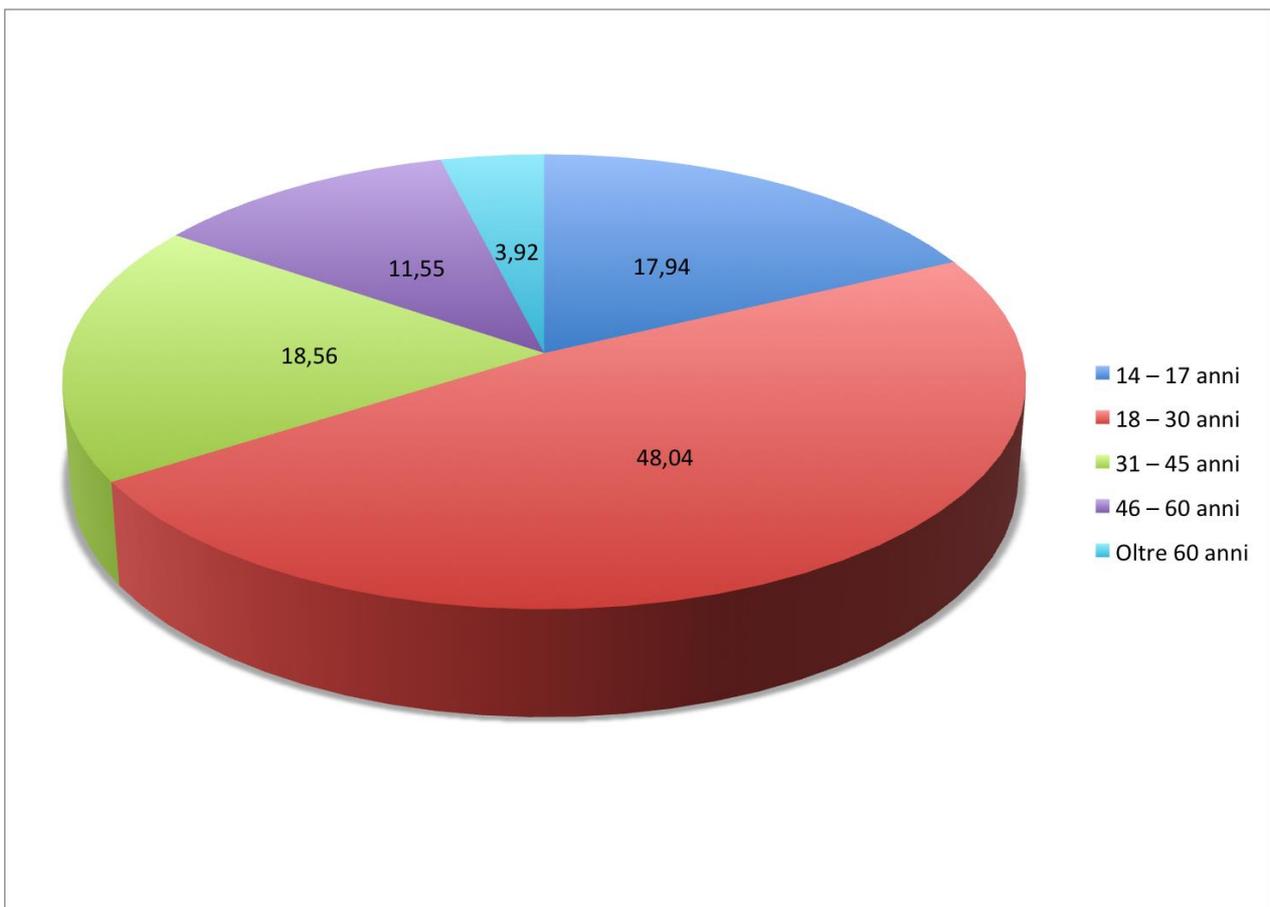
I rispondenti all'intervista sono, per la stragrande maggioranza, di nazionalità italiana.

D7. Residenza degli intervistati.



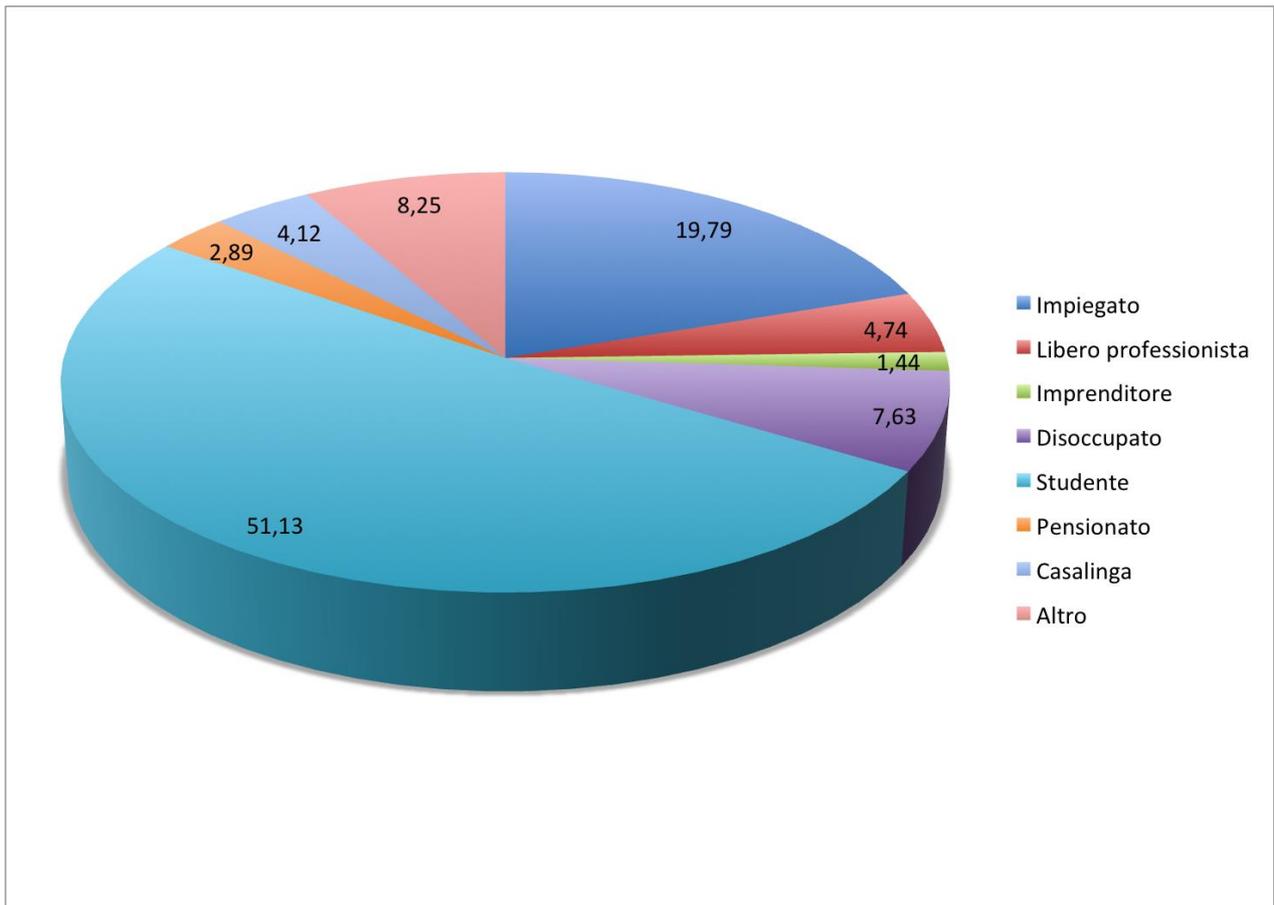
Dalla tabella si evince che l'utenza delle Ferrovie Appulo Lucane risiede in alta percentuale presso i comuni di Altamura, Avigliano, Montescaglioso, Matera, Modugno, Pisticci, Potenza e Toritto, in accordo con le tratte di maggiore percorrenza.

D8. Fasce d'età degli intervistati.



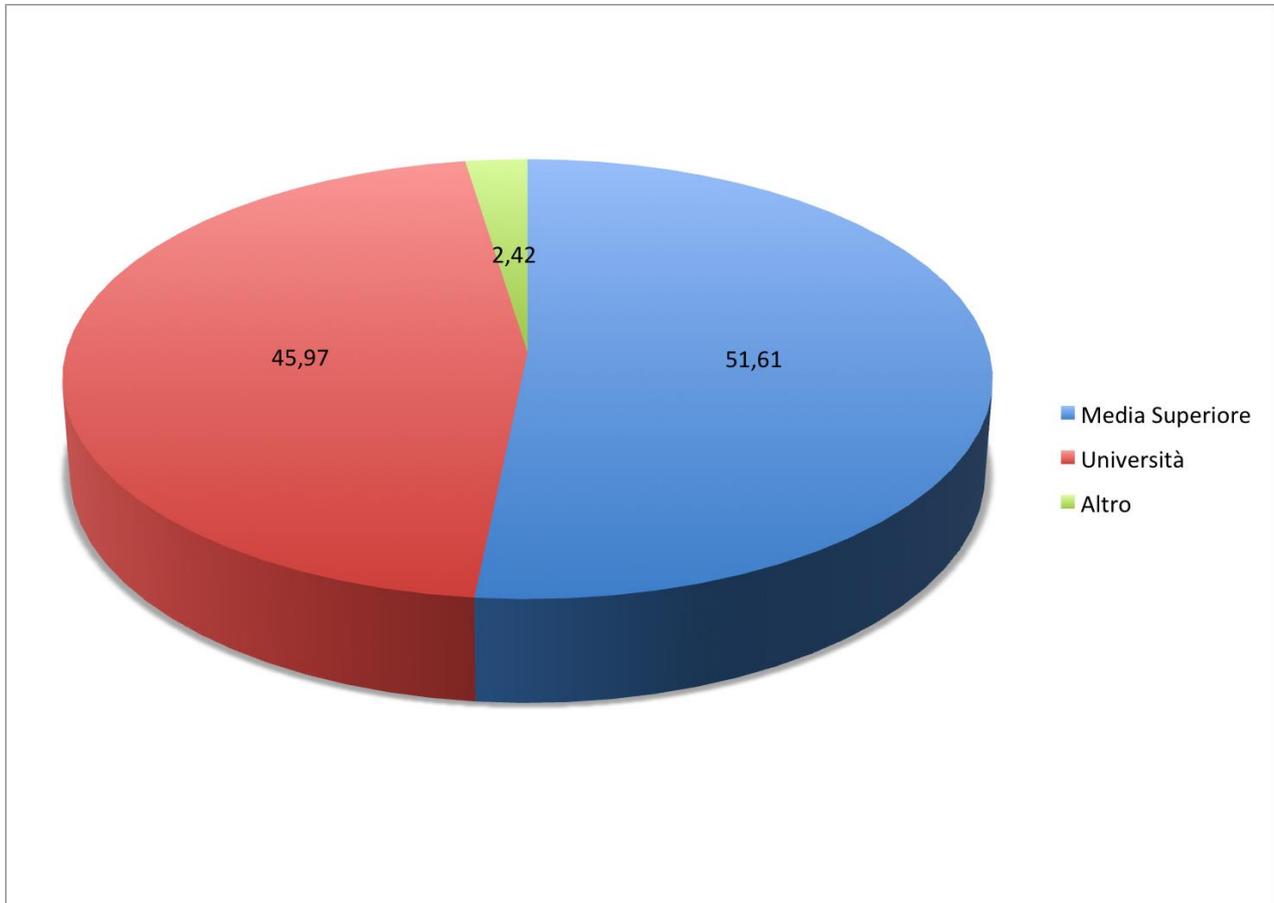
Sono i ragazzi compresi nella fascia d'età 18-30 anni i maggiori beneficiari delle reti ferroviarie e stradali gestite dal Fal (48,04 %). Una percentuale più contenuta di utenti, solo il 3,92 %, è collocata nella fascia over 60.

D9. Condizione lavorativa degli intervistati.



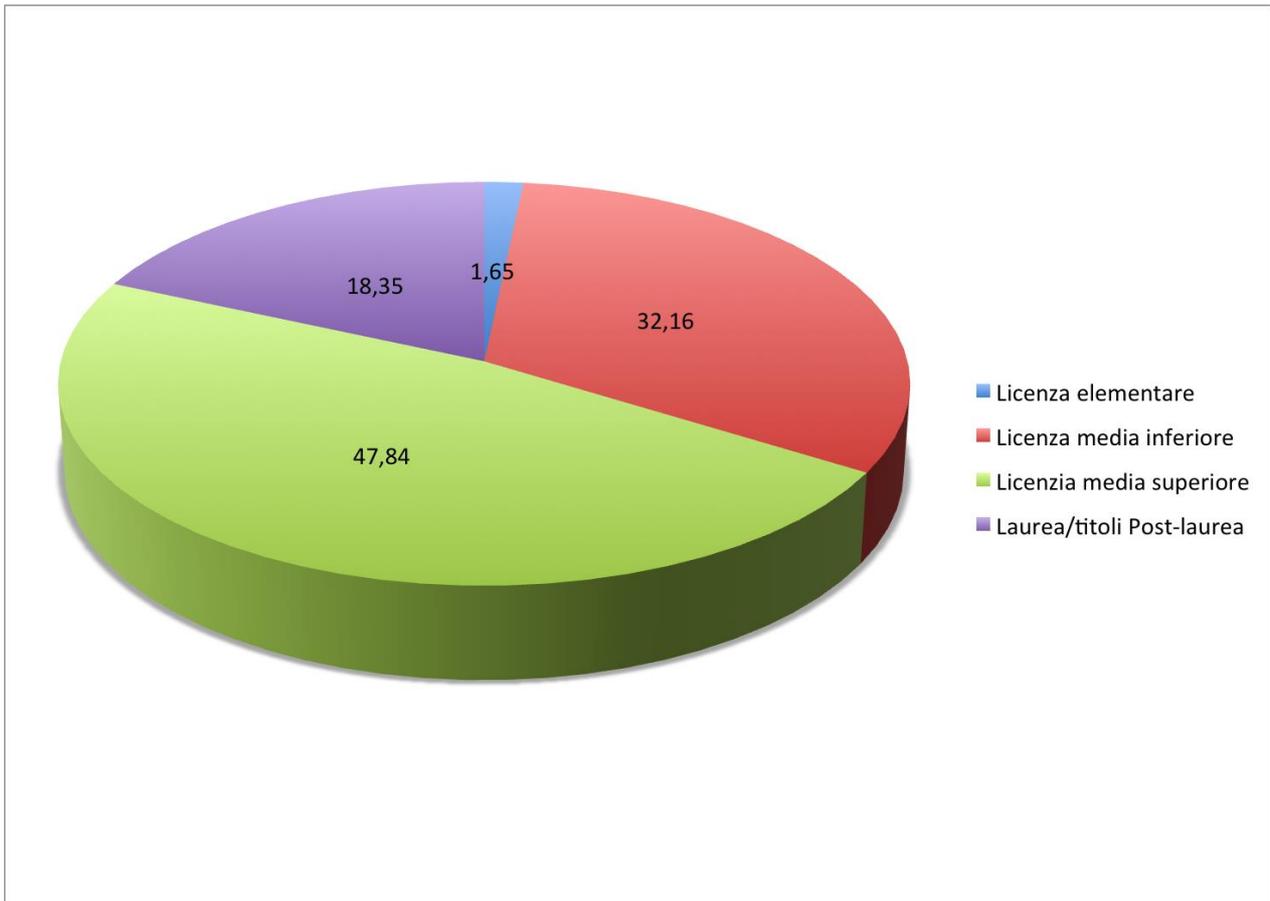
Come ipotizzabile dalle fasce d'età, gli utilizzatori più assidui del servizio sono studenti (51,13% dei casi). Una fetta consistente di utenza vede protagonisti gli impiegati (circa il 20 %). Pochissimi invece gli imprenditori, i liberi professionisti e i pensionati che ne fanno uso.

D10. (solo per la categoria studenti) A quale corso di studi Lei è iscritto?



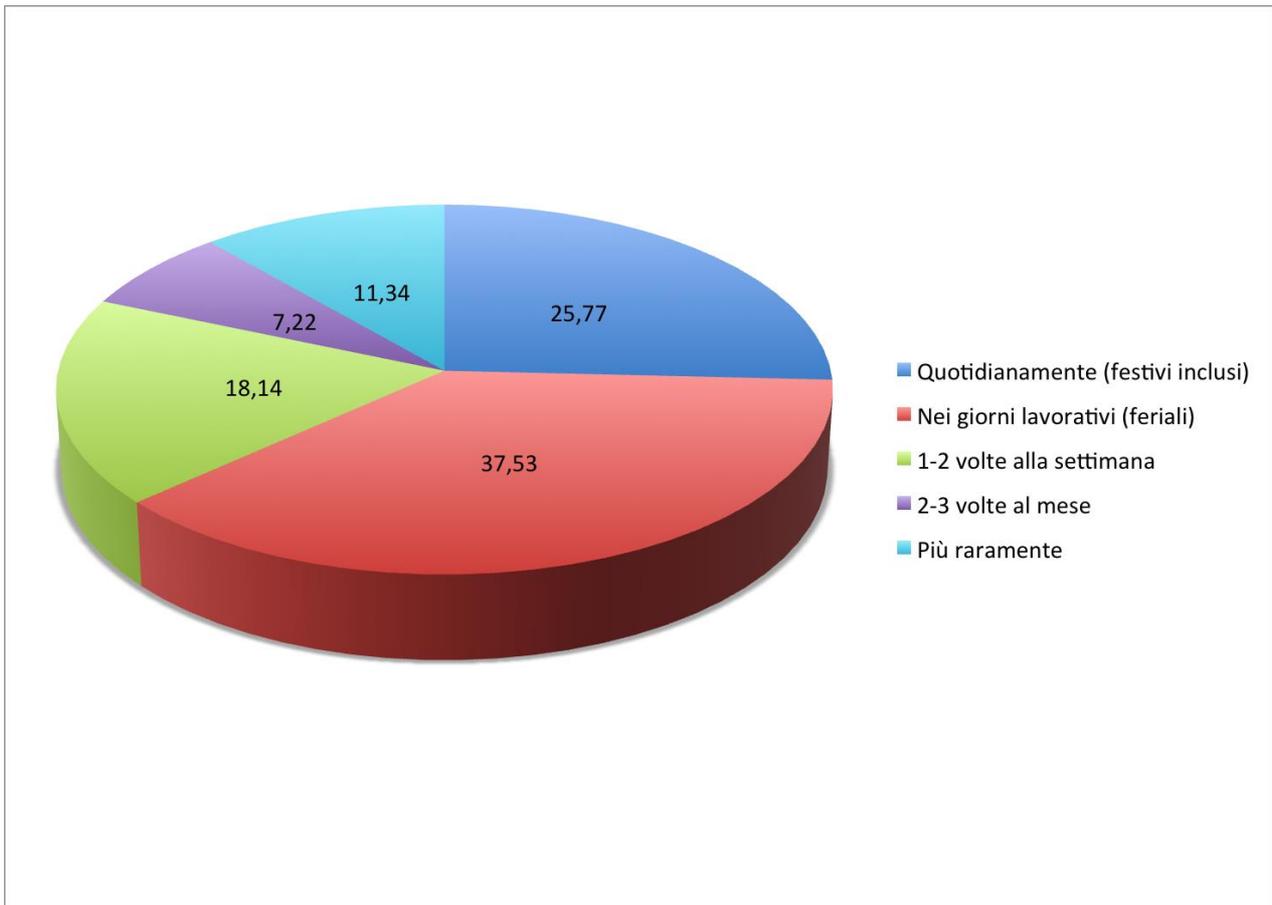
Concentrando l'attenzione sui principali fruitori del servizio, si può osservare che nel 45,97 % dei casi si tratta di studenti universitari e nel 51,61 % di studenti di scuola media superiore. Ciò è dovuto alla minore concentrazione di universitari nelle sedi preposte nel periodo coinciso con quello di rilevazione. Nei periodi di frequenza delle lezioni universitarie, infatti, le percentuali si spostano a favore di questa categoria di studenti.

D11. Titolo di studio conseguito.



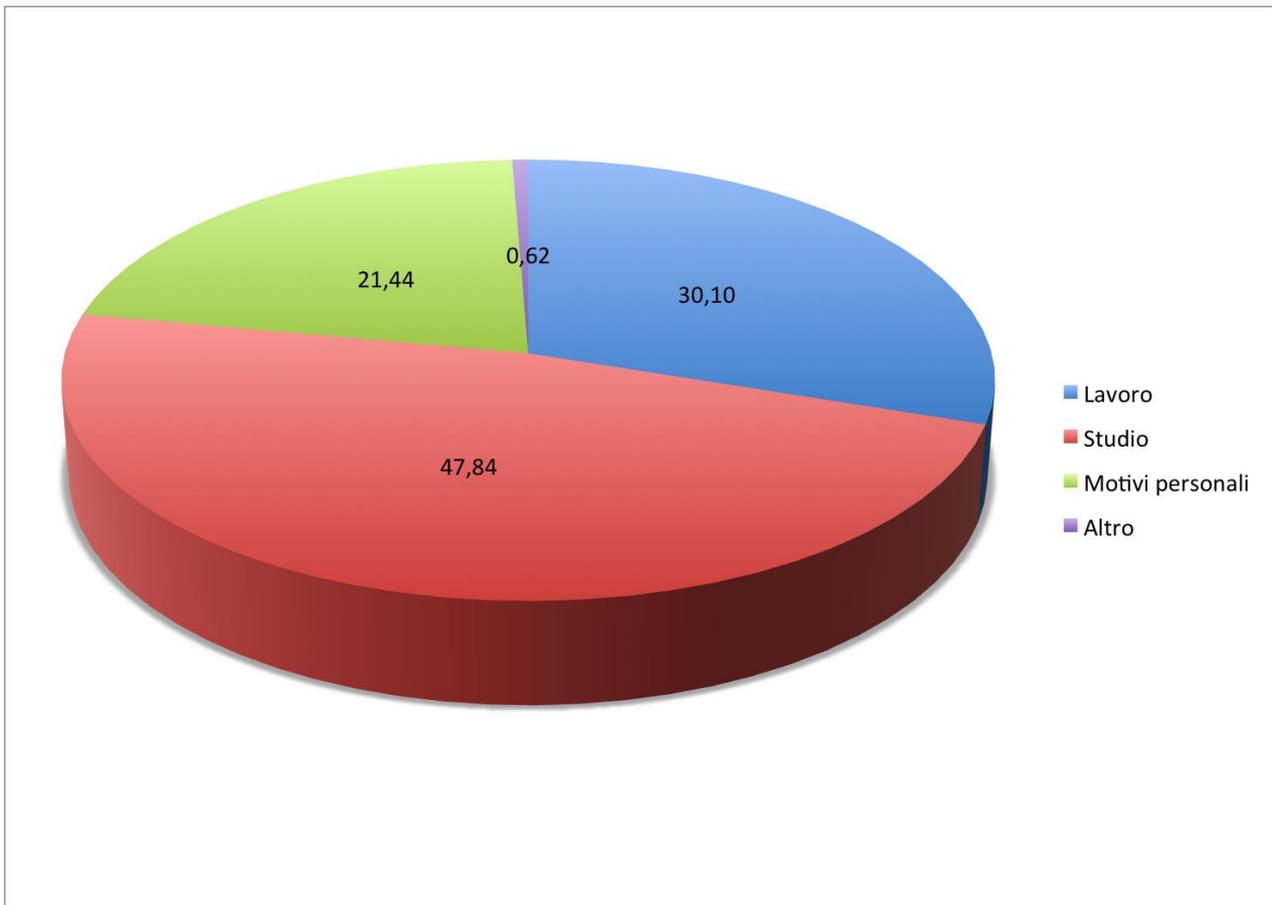
I titoli di studio posseduti dai passeggeri del servizio Fal sono la licenza media superiore nel 47,84% dei casi e media inferiore nel 32,16%. Dopo il conseguimento della laurea si registra una minore incidenza dell'utilizzo del mezzo di trasporto. I laureati e i possessori di titoli post laurea si avvalgono dei trasporti Fal solo nel 18,35% dei casi, registrando comunque un lieve aumento percentuale, di circa 4 punti, rispetto all'ultima rilevazione del 2013.

D12. Frequenza di utilizzo dei mezzi.



La frequenza di utilizzo del mezzo si concentra nei giorni lavorativi per il 37,53 % dei casi. Emerge però dai dati che una percentuale pari al 25,77% si avvale del servizio quotidianamente, compresi i giorni festivi. Quest'ultimo dato, in netta ascesa rispetto al passato, evidenzia come il servizio di trasporto pubblico delle FAL sia, negli ultimi anni, costantemente cresciuto per numero di passeggeri.

D13. Motivo di utilizzo dei mezzi.



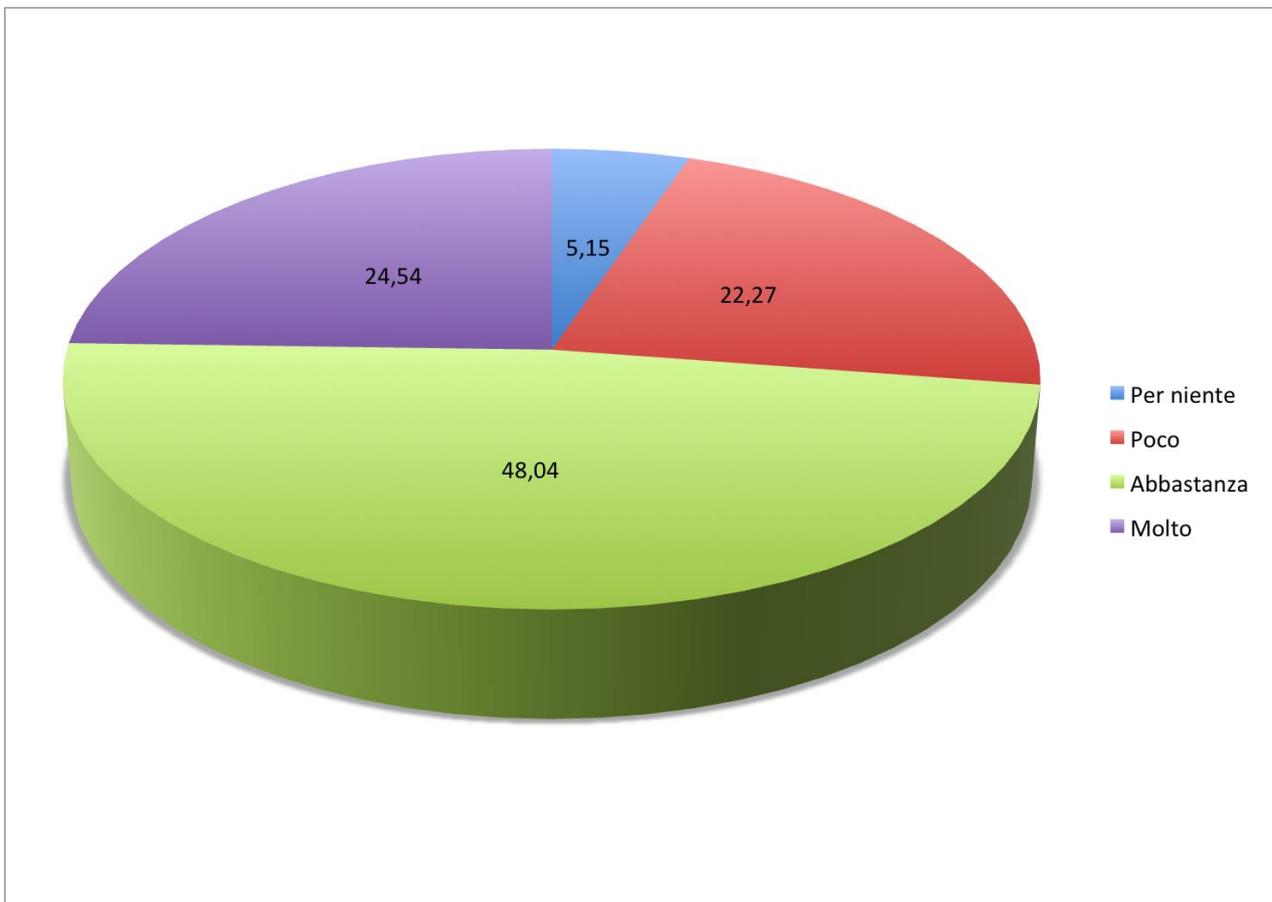
In coincidenza con quanto emerso dal grafico relativo alle fasce d'età e alle professioni svolte, il target abituale delle Fal utilizza il mezzo di trasporto per ragioni di studio nel 47,84 % e di lavoro nel 30,10 % dei casi.

Test sulla percezione della soddisfazione dei servizi erogati.

Le domande che seguono sono state poste per testare il livello di soddisfazione percepita dei servizi erogati dall'azienda, approfondendo questa tematica attraverso una batteria di item concernenti sia le strutture sia le capacità umane ed organizzative dell'azienda.

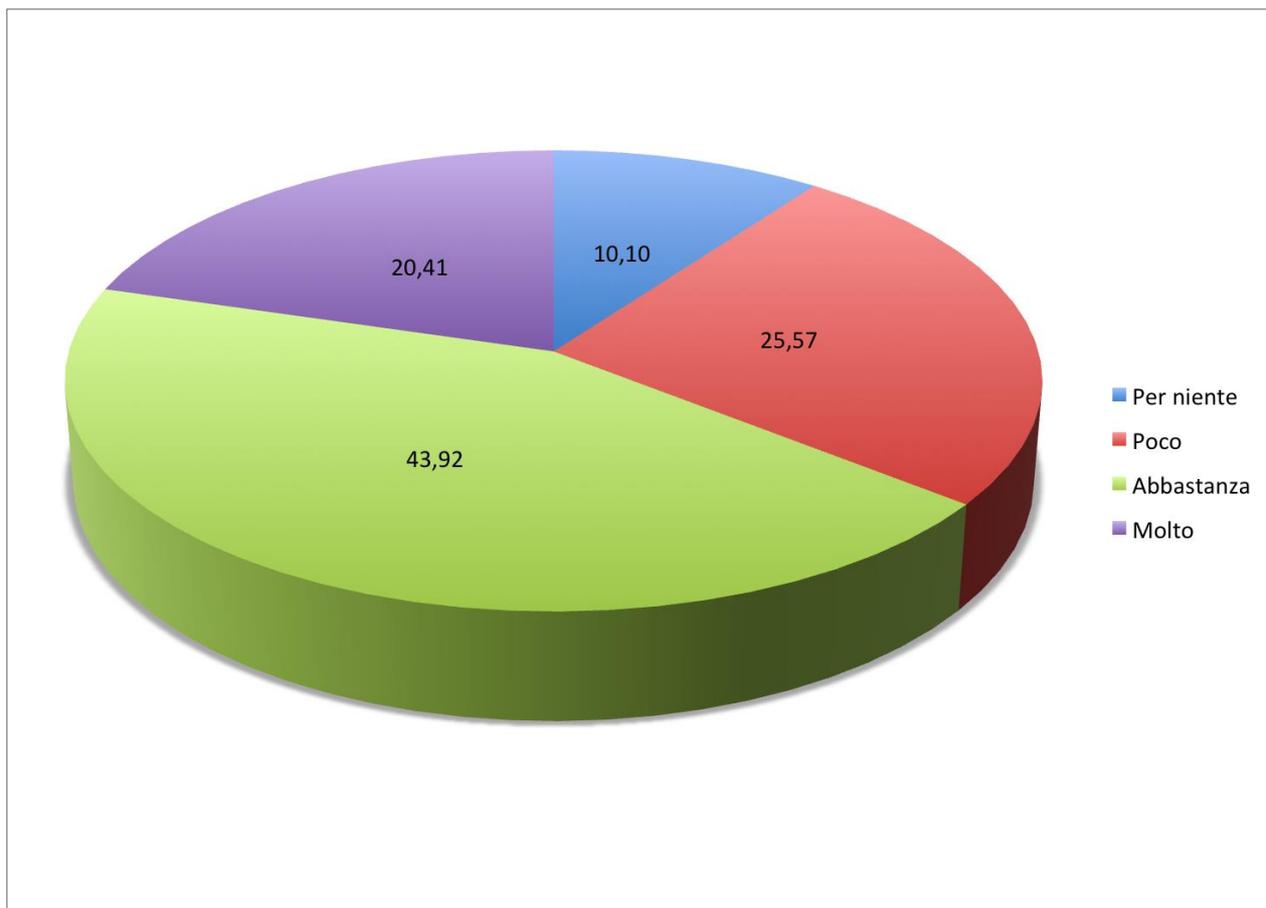
La scala di valutazione utilizzata per ogni item va da un minimo di 1 ad un massimo di 4, dove 1 equivale a "PER NIENTE SODDISFATTO" e 4 a "MOLTO SODDISFATTO".

D14. Puntualità del servizio.



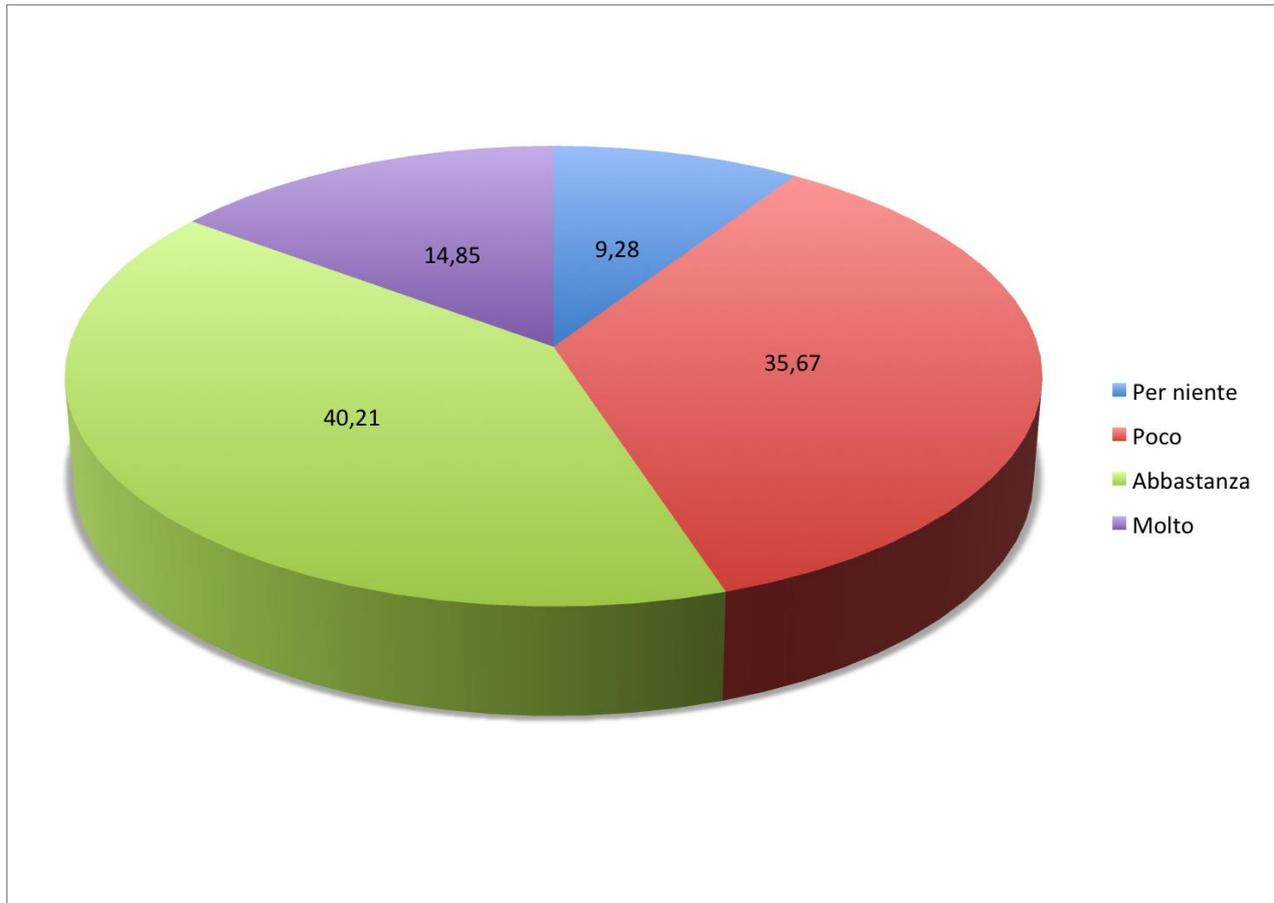
La puntualità è considerata un obiettivo fondamentale per il campione in esame. Una percentuale di passeggeri del 48,04% si ritiene abbastanza soddisfatto del rispetto degli orari delle corse. Il 22,27% si ritiene invece poco soddisfatto.

D15. Frequenza nei giorni feriali.



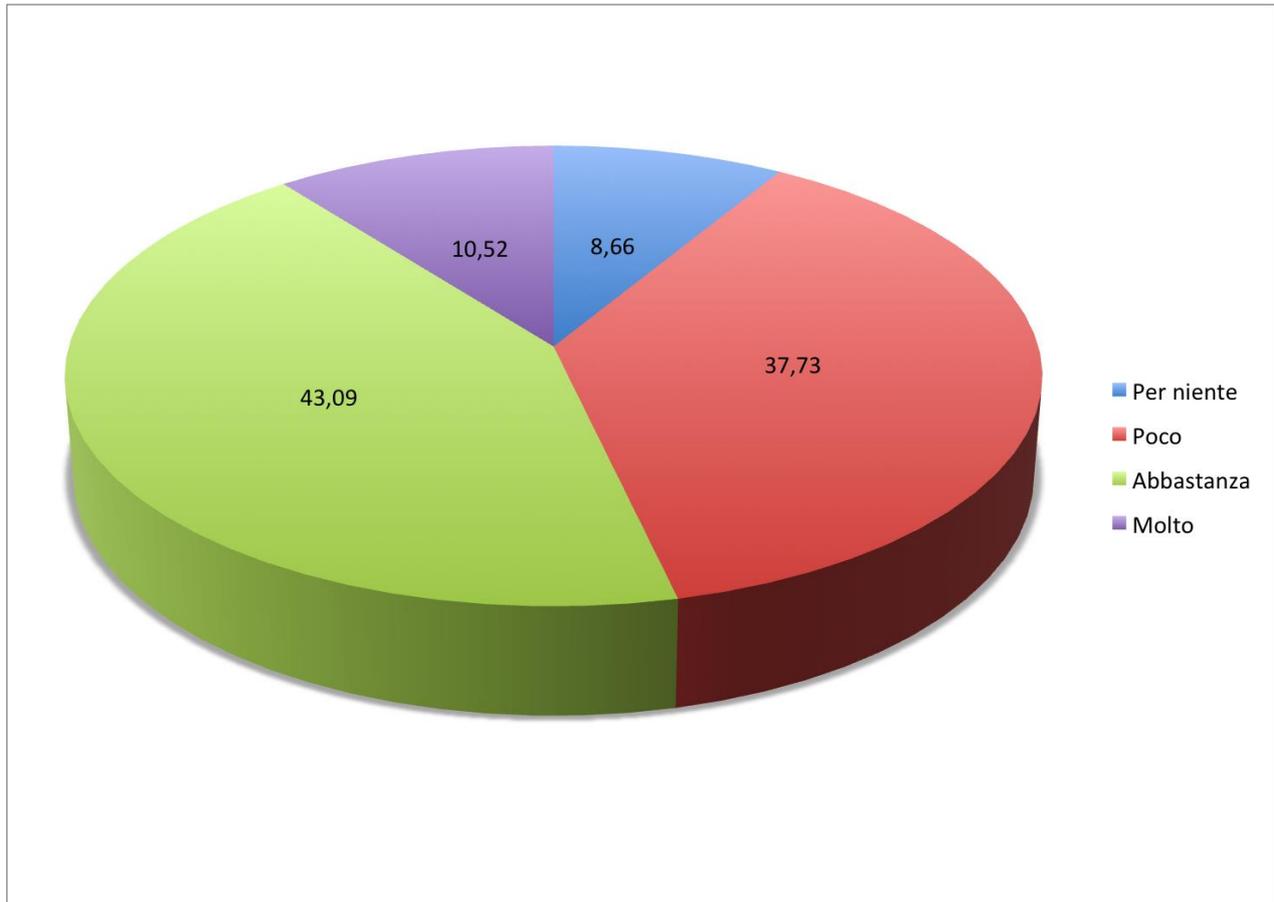
Anche la garanzia delle corse nei giorni feriali è un impegno fondamentale da assolvere, e il 43,92 % degli intervistati si ritiene abbastanza soddisfatto dello stato del servizio, così come il 20,41% si ritiene molto soddisfatto, superando, quindi, la soglia del 60% di soddisfazione complessiva.

D16. Copertura delle linee nell'arco delle 24 ore.



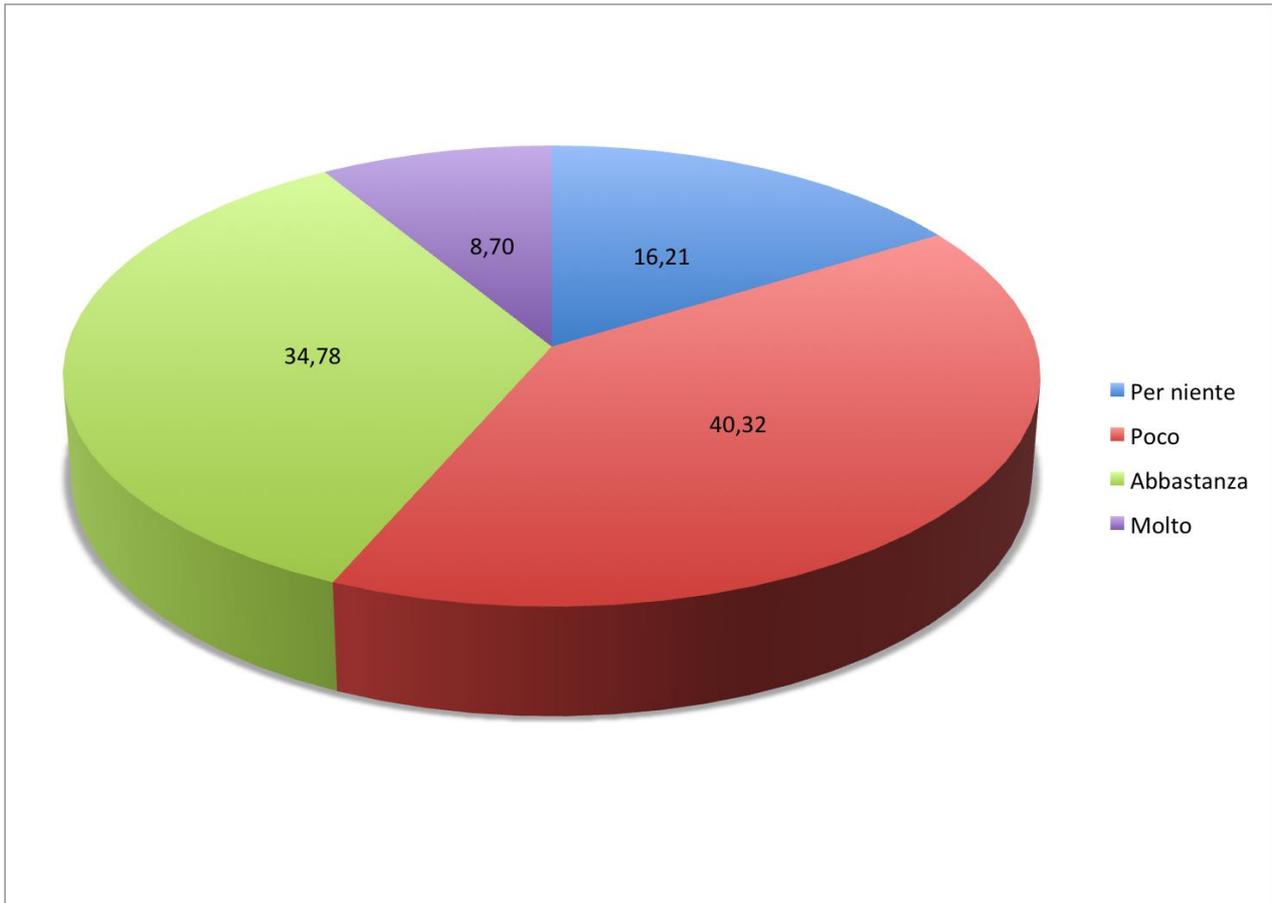
La soddisfazione per la copertura garantita dai mezzi sulle varie linee accoglie i consensi di quanti hanno necessità di viaggio anche in fasce orarie differenti (40,21 % abbastanza soddisfatti), ma elevata è anche la percentuale di quanti (35,67 % poco soddisfatti) vorrebbero comunque una maggiore copertura del servizio durante le 24 ore.

D17. Copertura delle linee in estate.



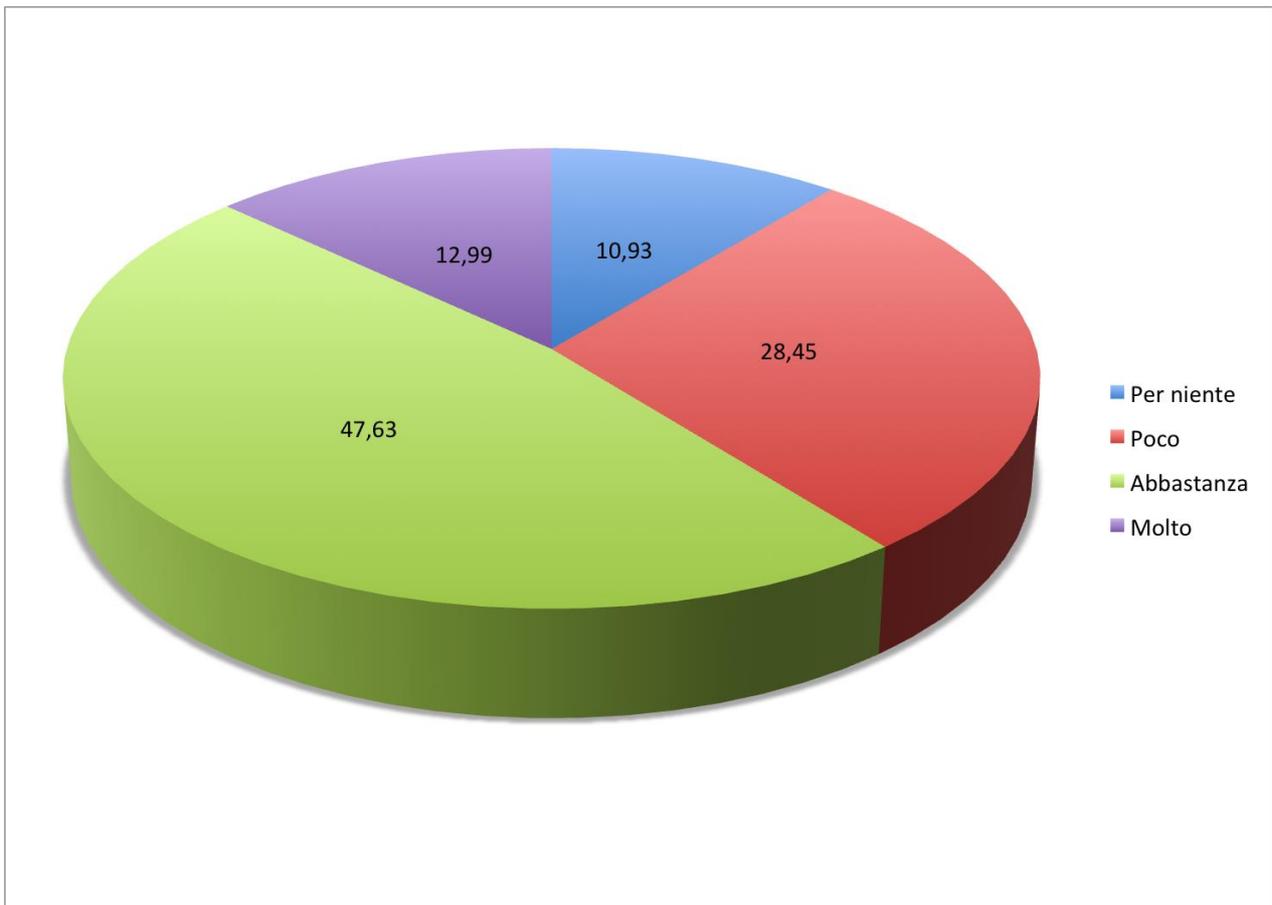
In estate il 43,09% degli utenti, quindi quasi la metà dei fruitori, riconosce come sia piuttosto soddisfacente la numerosità dei viaggi garantiti. Tuttavia, il 37,73 % dei viaggiatori, invece, non si ritiene soddisfatto della copertura estiva delle linee.

D18. Rispondenza degli orari circa le esigenze degli utenti.



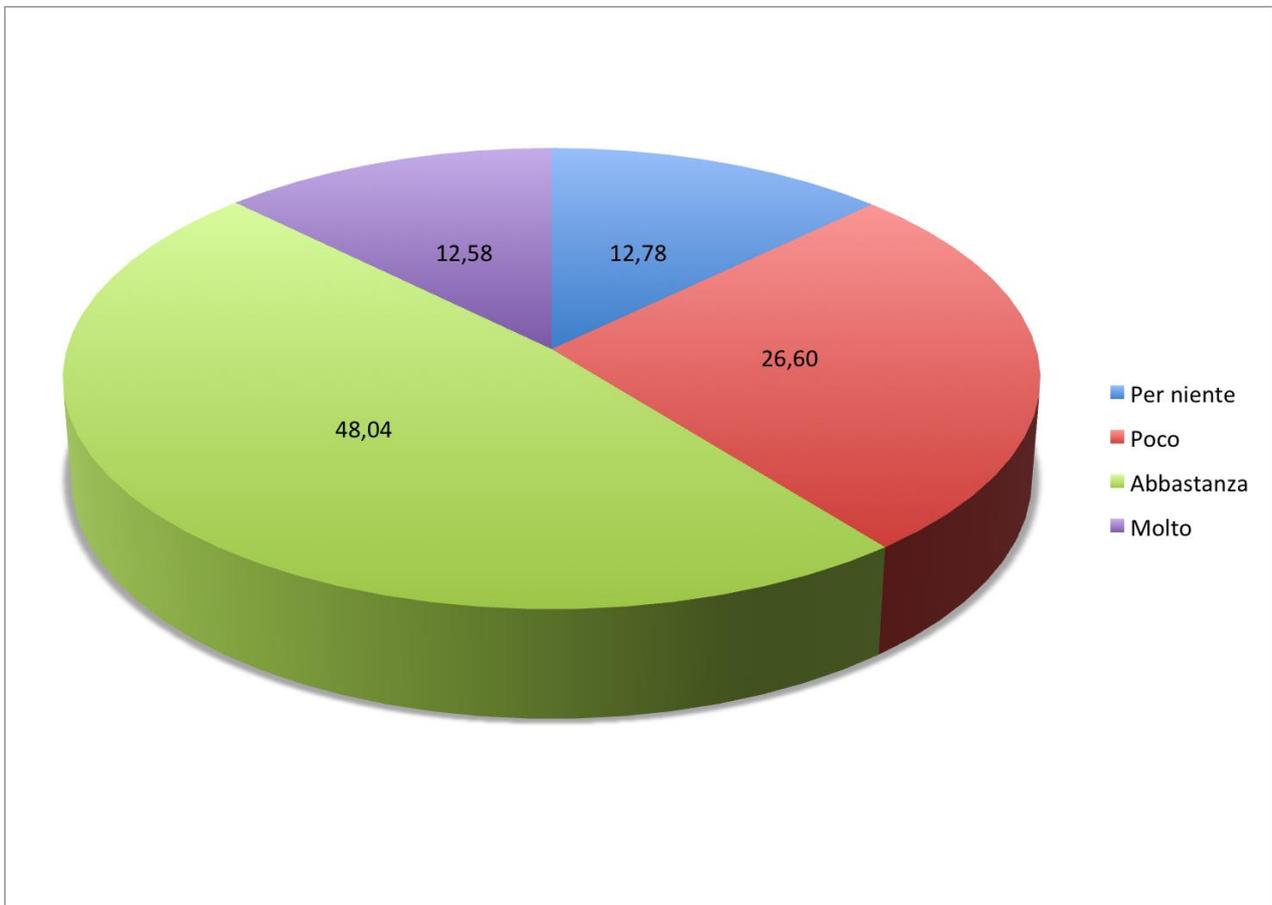
Circa il 57 % dei clienti Fal ritiene che gli orari previsti dal servizio ferroviario e automobilistico debbano modularsi maggiormente su esigenza del viaggiatore.

D19. Incastro delle coincidenze.



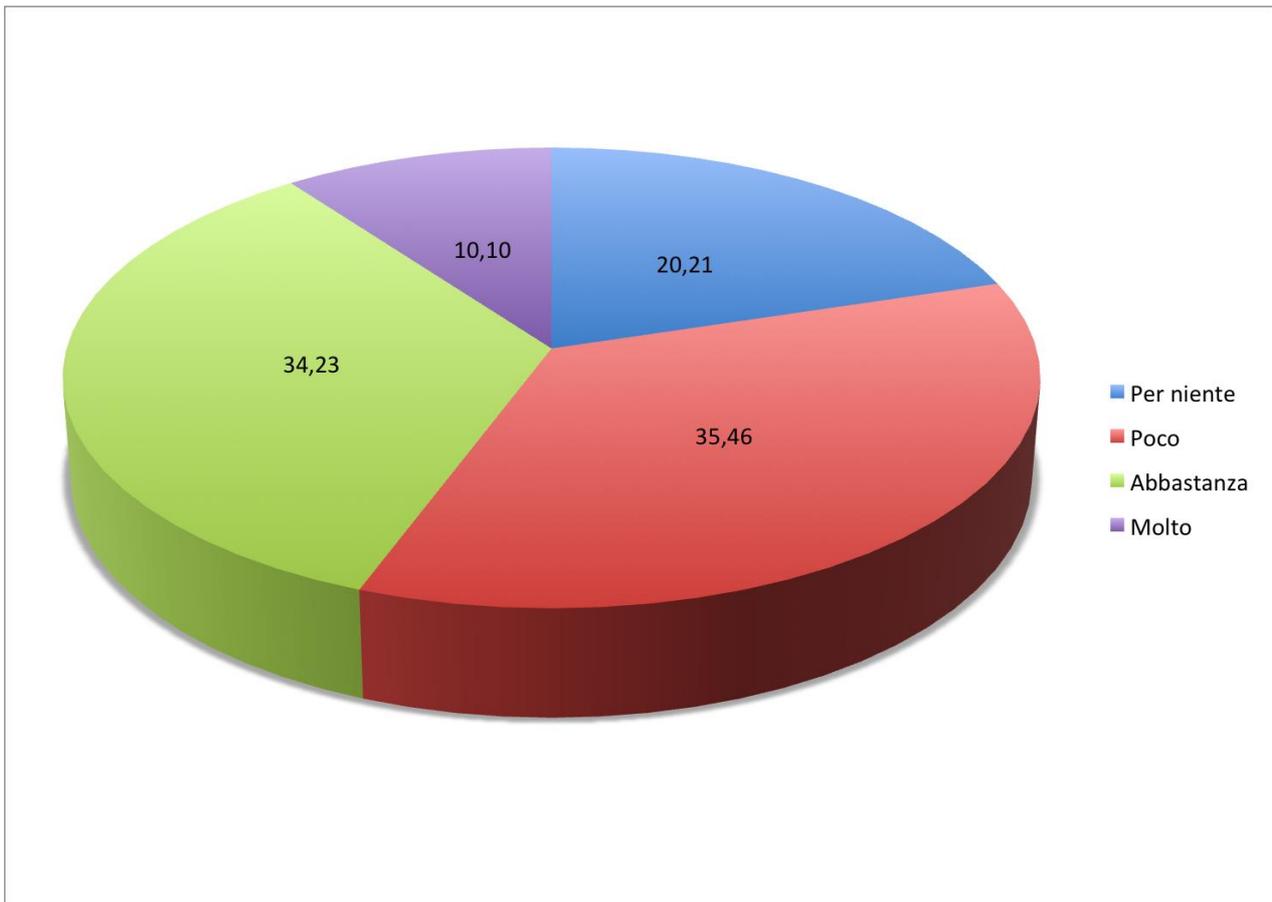
La gestione dell'intero processo di trasporto risulta tanto più apprezzabile quanto più si intersecano tutti gli elementi del sistema assicurandone la massima funzionalità. L'incastro delle coincidenze è indicatore di spiccata importanza in un'azienda di trasporti, ed è, nel complesso, considerato soddisfacente dai clienti (più del 60% i soddisfatti).

D20. Gestione di ritardi, interruzioni o altre emergenze.



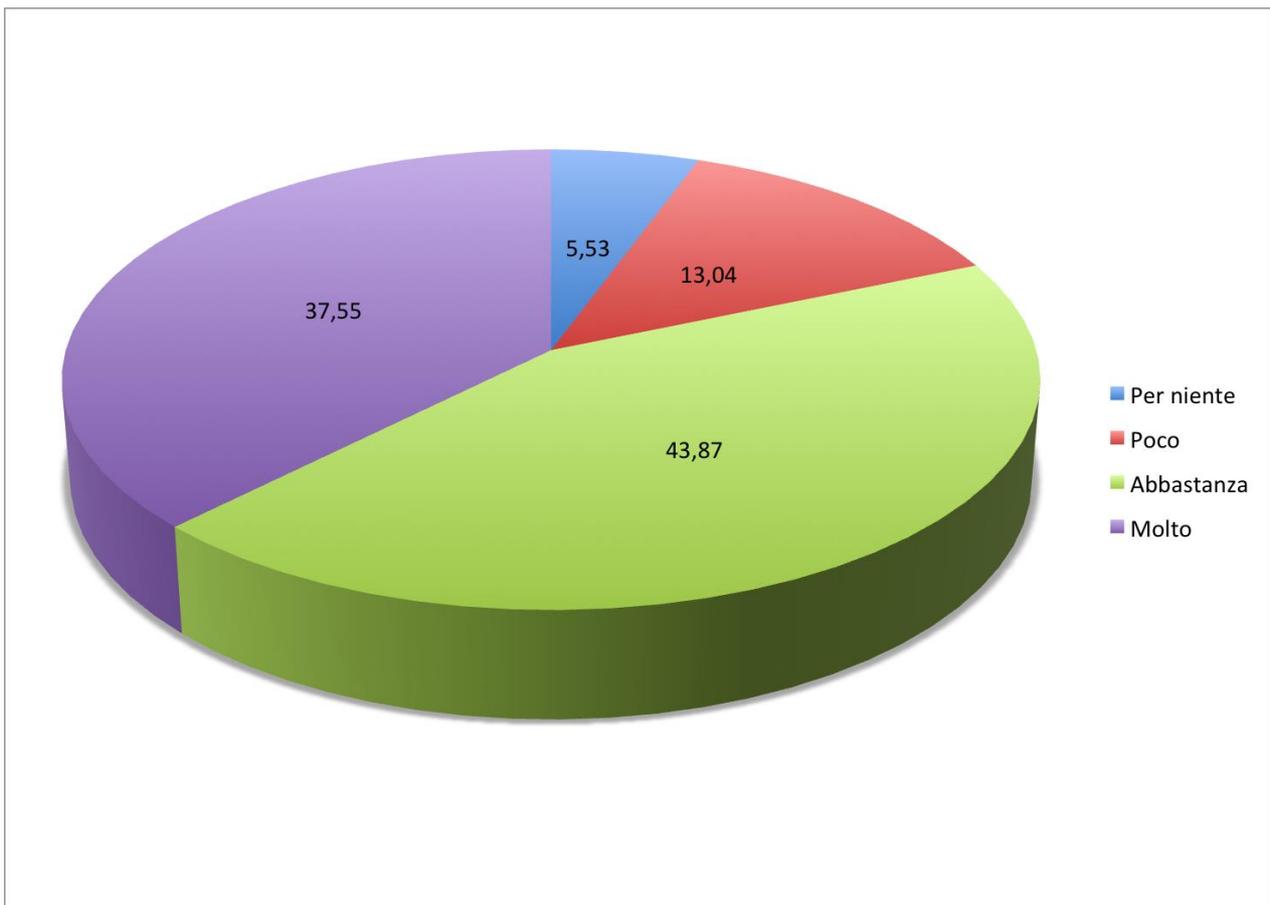
Un ulteriore indicatore di qualità è rappresentato dalla gestione dei ritardi, interruzioni o altre emergenze. Data la centralità di questo indicatore, è utile segnalare la percentuale di quanti dichiarano di considerarlo un elemento soddisfacente (con una percentuale di circa il 60%) nel giudizio sul servizio, che segna un notevole passo in avanti nelle performance dell'azienda, rispetto alla rilevazione 2013.

D21. Copertura delle linee nei giorni festivi. (solo per gli utenti dei mezzi su gomma)



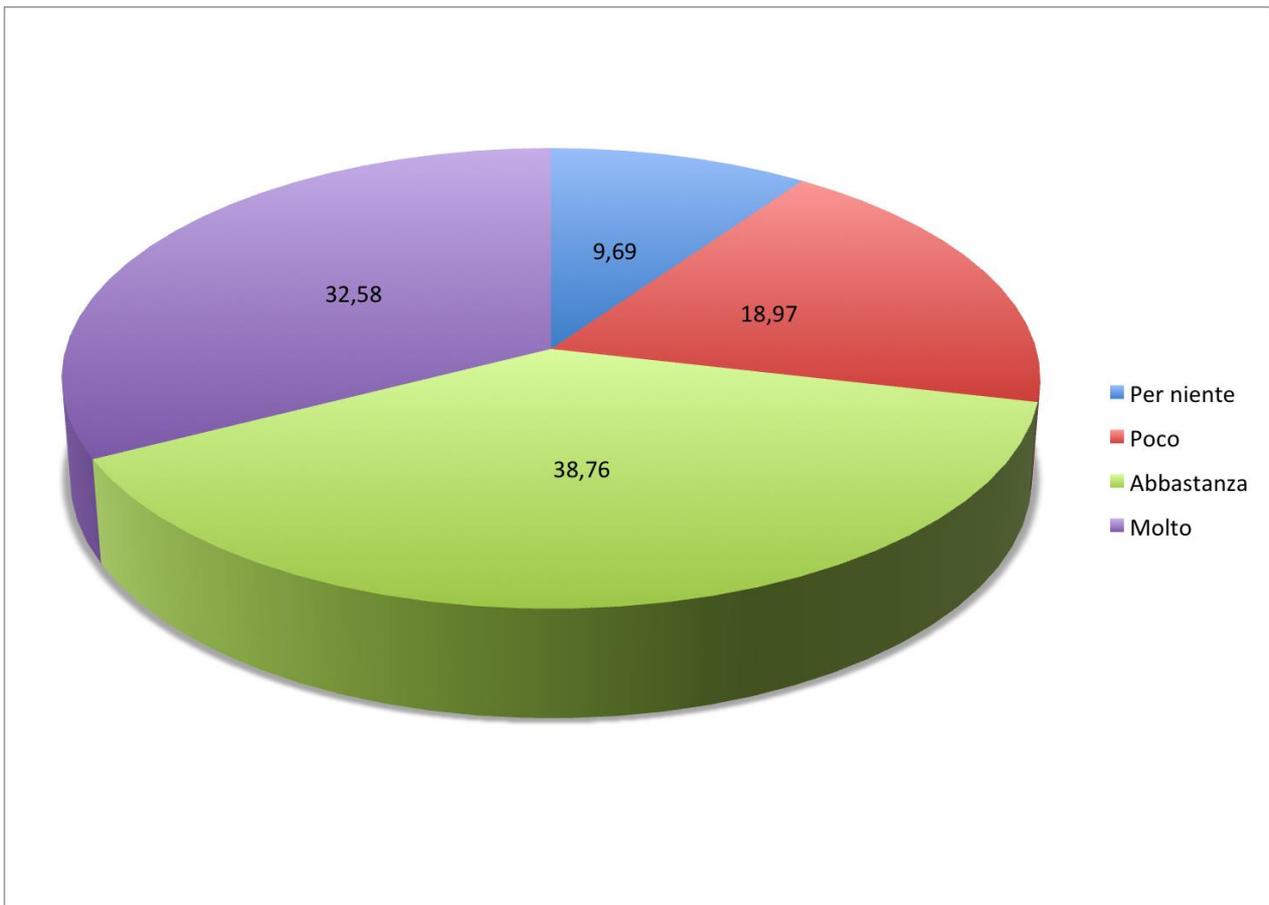
Per i viaggiatori che utilizzano le linee automobilistiche un fattore di qualità è rappresentato dalla presenza del servizio anche nei giorni festivi. Più della metà degli intervistati (circa il 56%) lo considera un servizio non ancora soddisfacente.

D22. Rispetto delle fermate previste. (solo per gli utenti dei mezzi su gomma)



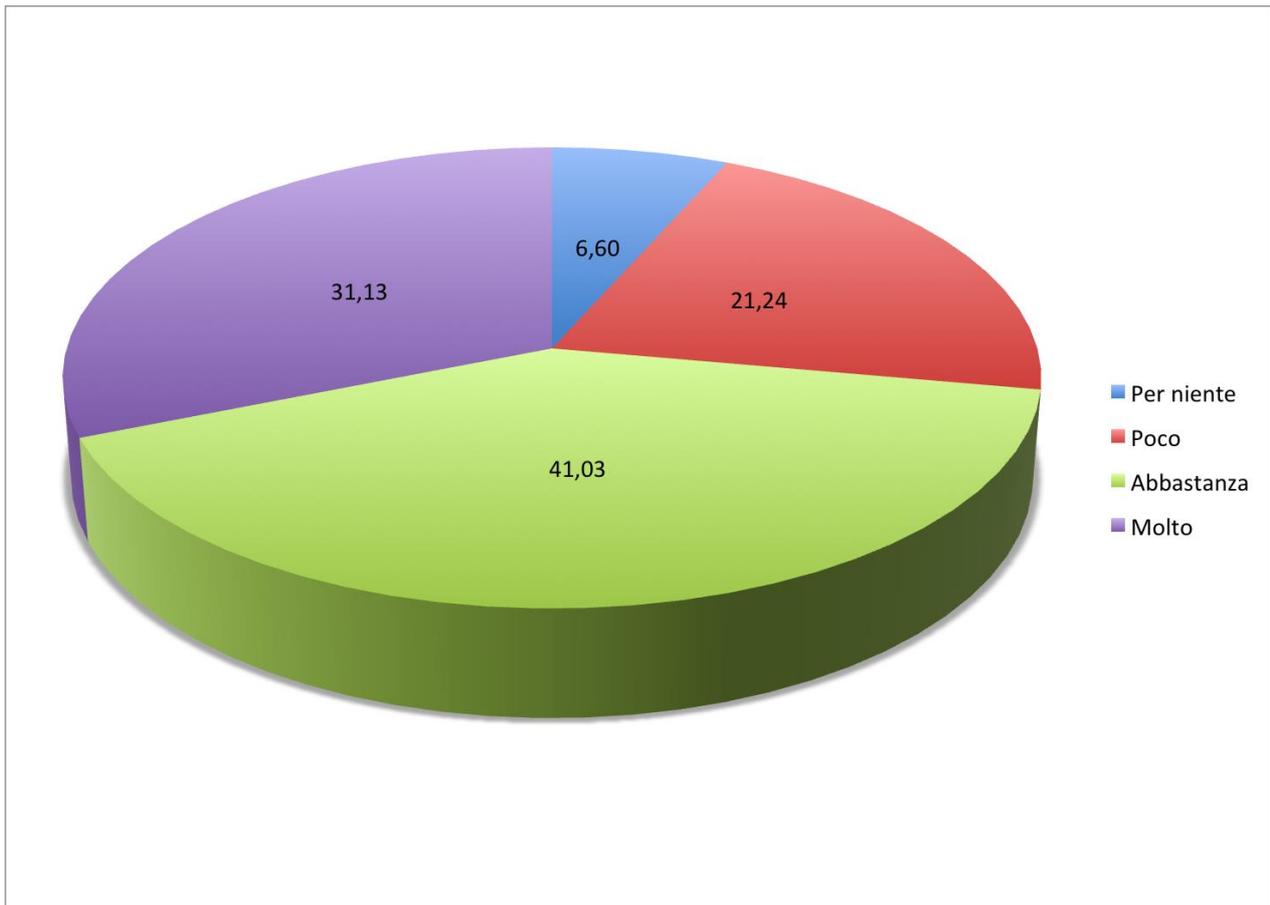
Per i viaggiatori che utilizzano le linee automobilistiche un fattore di qualità è rappresentato dal rispetto delle fermate previste. Responsabilità presa in carico con efficienza, per cui un motivo di soddisfazione diffusa (circa l'82%).

D23. Disponibilità del personale all'ascolto.



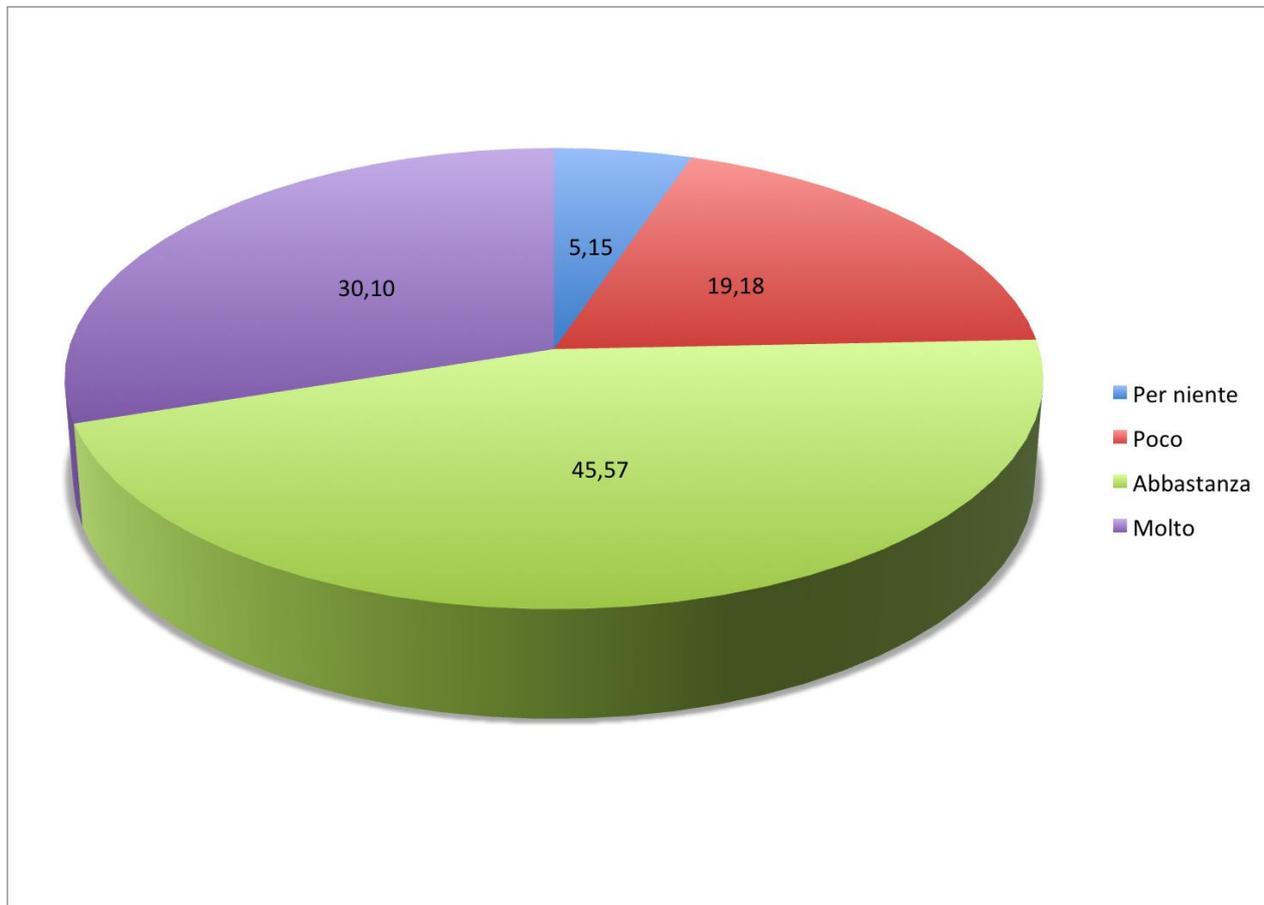
Il personale delle Fal è certamente molto impegnato all'ascolto e all'assistenza di tutti i passeggeri. Il 38,76% dei soggetti del campione oggetto di studio, che conta molto sulla disponibilità del personale che deve essere sempre adeguatamente formato e aggiornato, è abbastanza soddisfatto dello stesso, mentre il 32,58% è molto soddisfatto.

D24. Cortesia del personale.



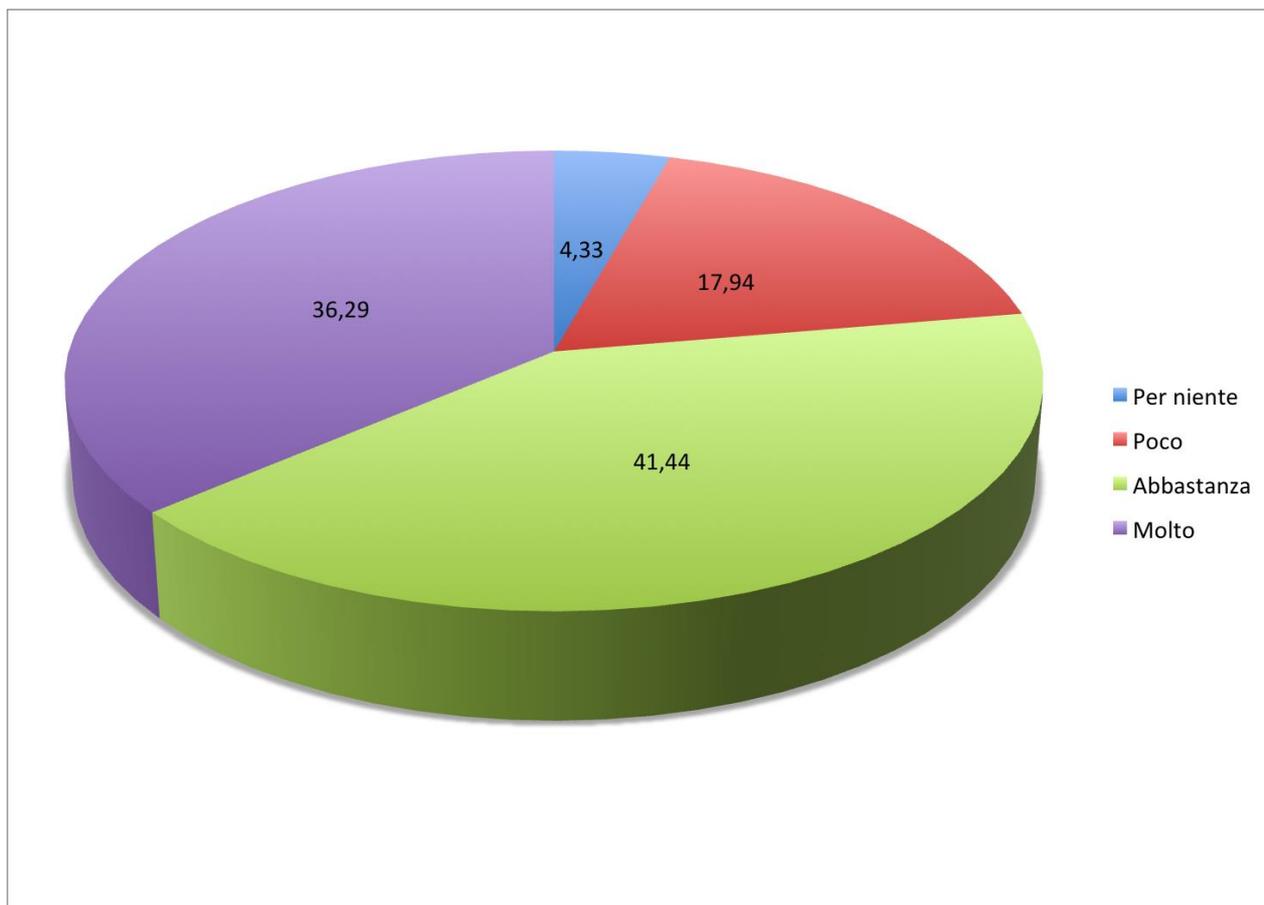
La cortesia del personale è molto soddisfacente nel 31,13% dei casi, e lo è abbastanza nel 41,03% , segnando un aspetto molto positivo nel campo relazionale.

D25. Professionalità del personale.



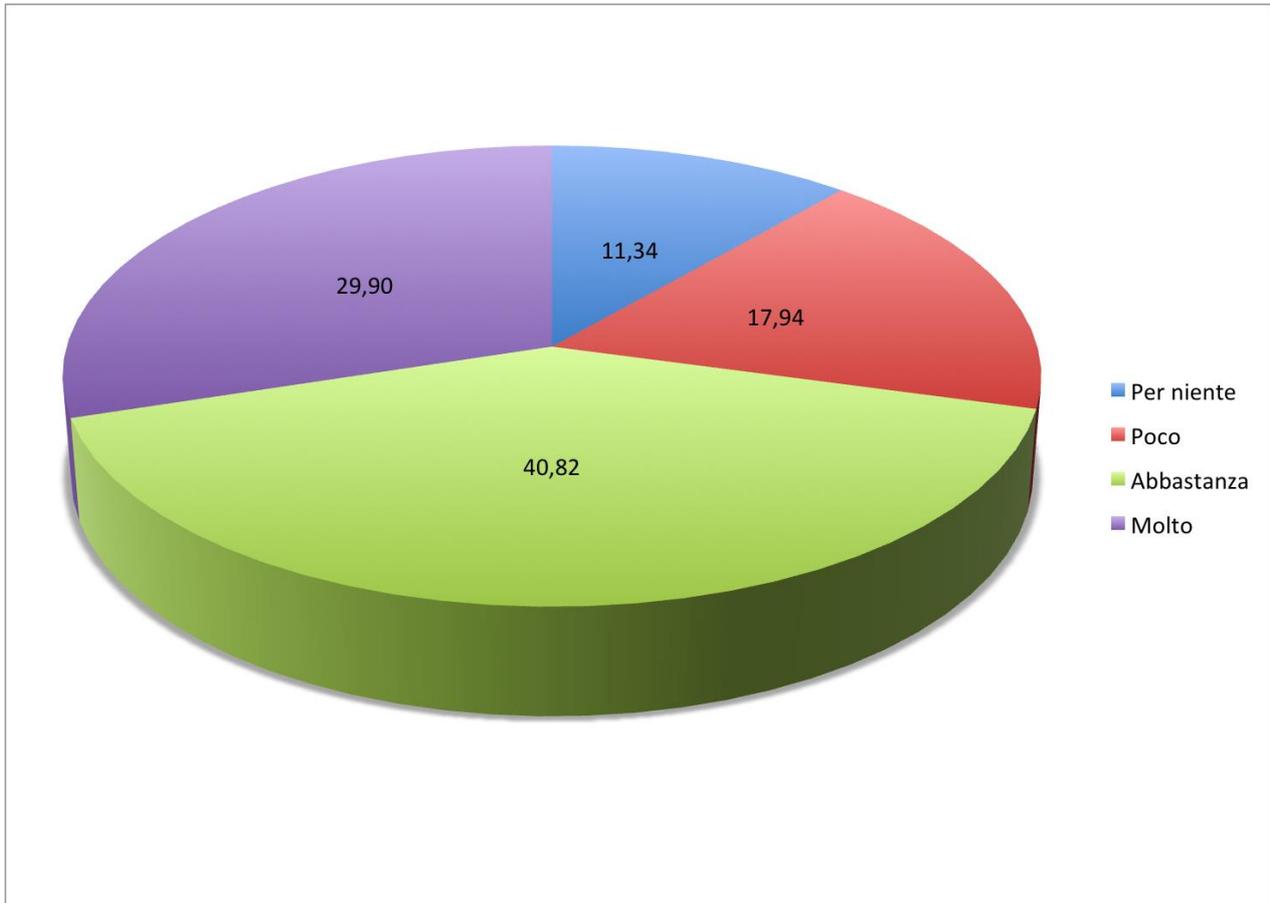
La professionalità del personale non può scindersi dalla disponibilità e dalla cortesia, che insieme costituiscono le norme comportamentali di personale qualificato in grado di garantire il massimo comfort e tutela al viaggiatore. In questo caso, la percentuale di passeggeri che apprezza questo indice qualitativo sale complessivamente, nell'emisfero della soddisfazione, al 75,67%.

D26. Conduzione del mezzo.



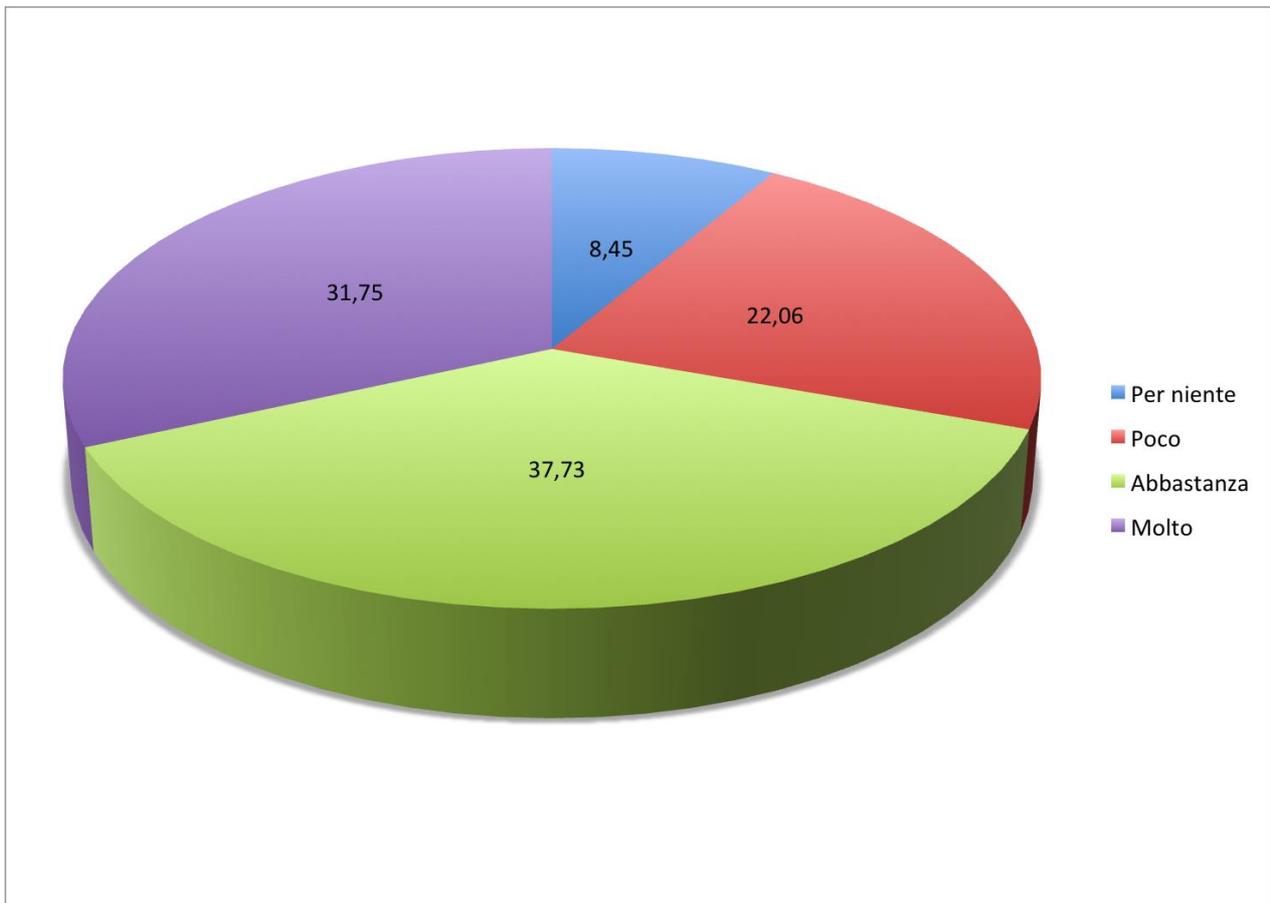
La grande maggioranza degli intervistati (più del 70%) si dichiara soddisfatto della conduzione del mezzo, contro un esiguo 4,33% che non lo è affatto.

D27. Controllo a bordo dei titoli di viaggio.



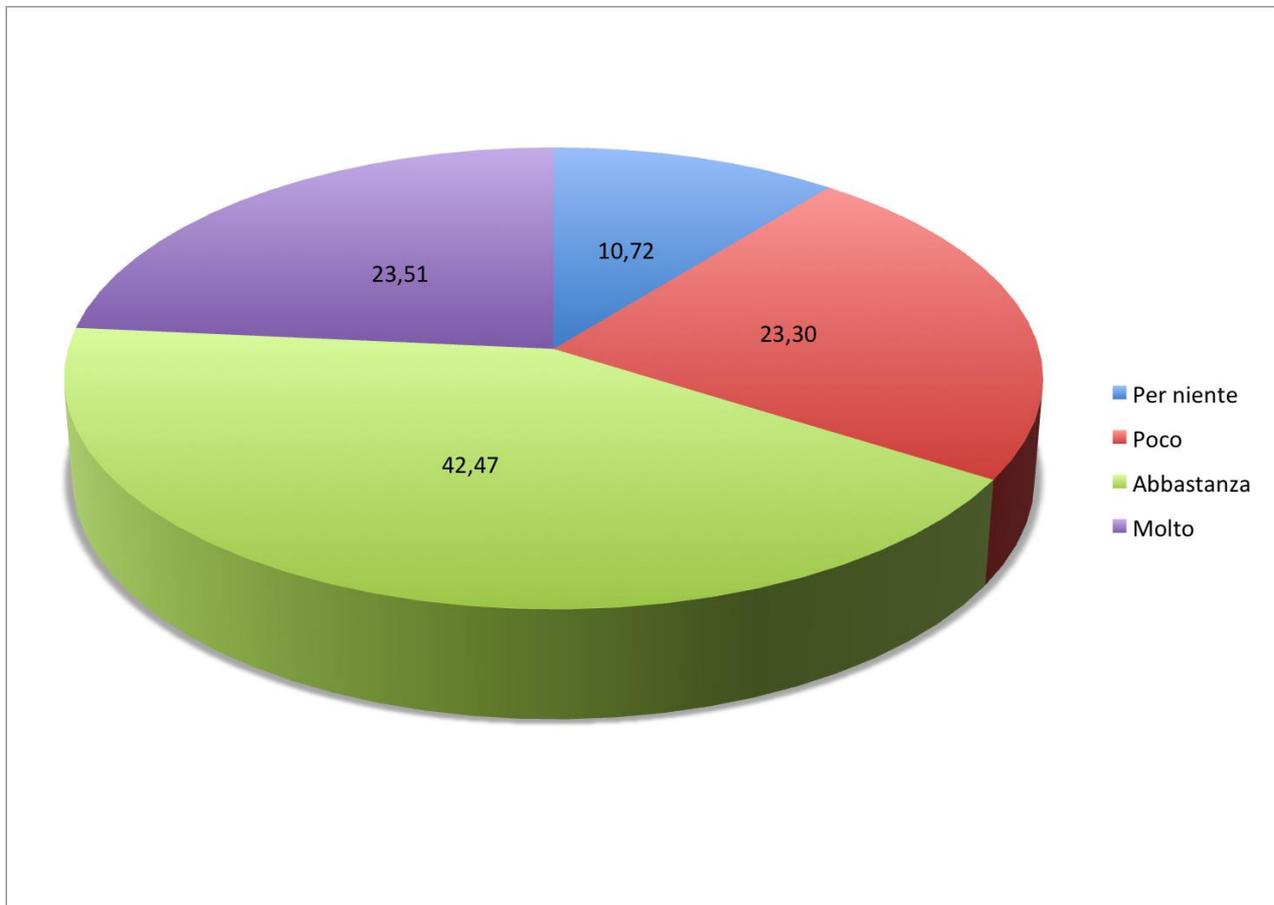
I clienti delle Fal si dichiarano complessivamente soddisfatti del controllo a bordo dei titoli di viaggio, con un dato in netta crescita rispetto alla precedente rilevazione. L'introduzione dei varchi automatici nella stazione di Bari, e altre politiche di repressione per gli evasori, ha abbassato la percentuale di quanti vorrebbero invece che i controlli fossero intensificati.

D28. Disponibilità di posti a sedere.



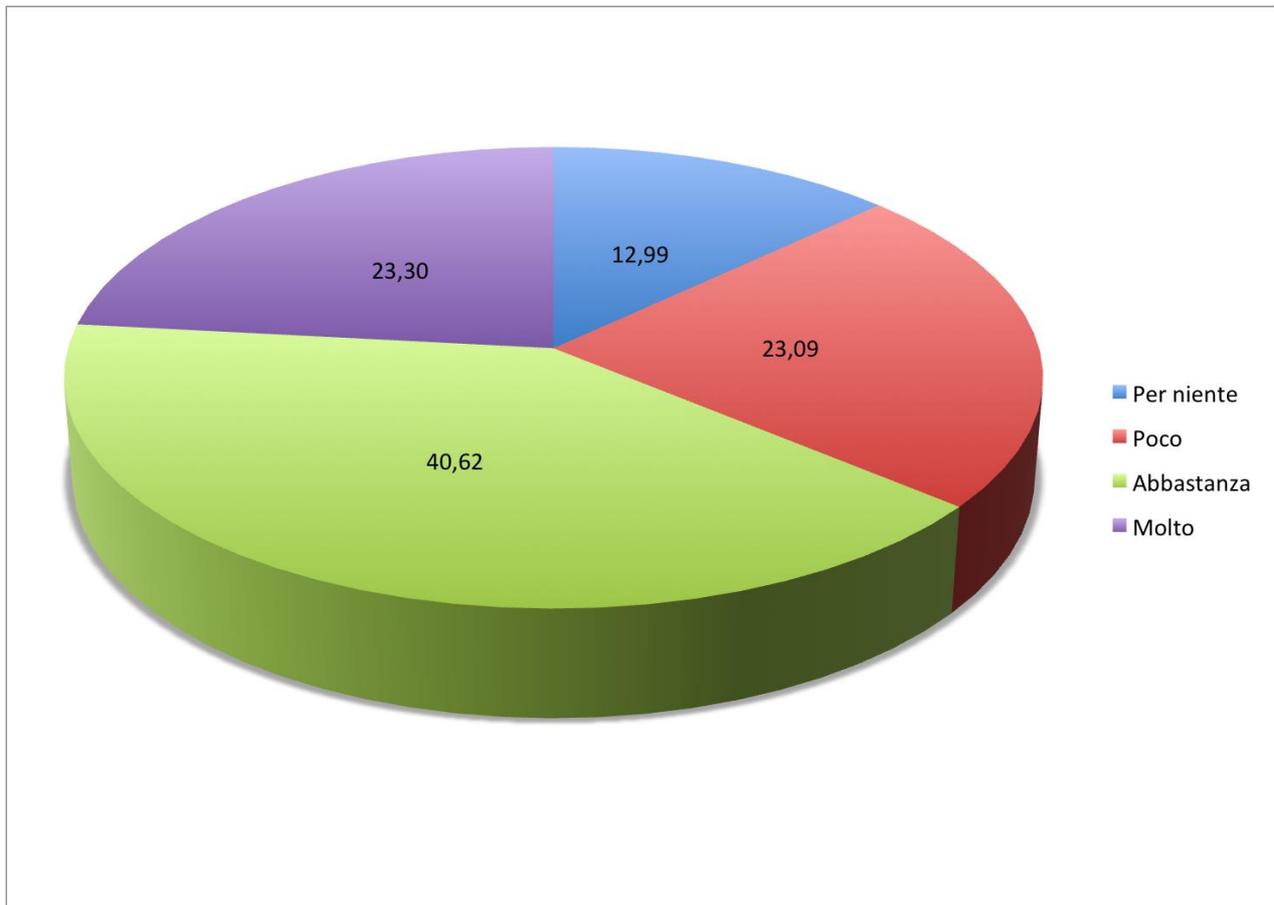
I posti a sedere sono un aspetto in grado di far apprezzare il piacere del viaggio, valutato dal cliente come parecchio soddisfacente (37,73% gli abbastanza soddisfatti, 31,75% i molto soddisfatti). È questo un altro dato in grande crescita rispetto al 2013, dovuto al progressivo rinnovo del parco mezzi dell'azienda che ha garantito un comfort di viaggio più elevato.

D29. Efficienza dell'impianto di climatizzazione.



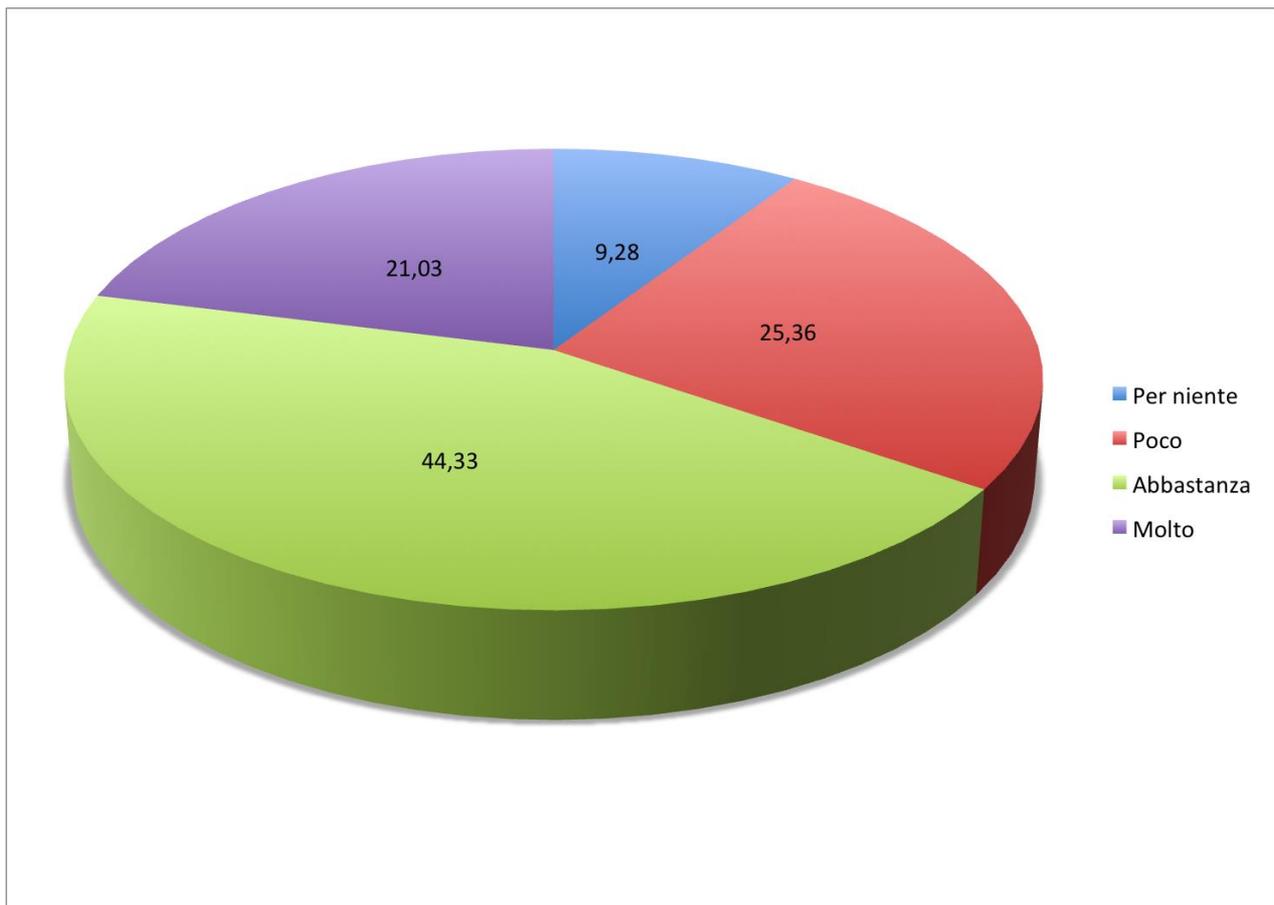
I nuovi mezzi hanno permesso alle Fal di rendere più confortevole il viaggio. La climatizzazione dei mezzi è ritenuta soddisfacente per più della metà del campione analizzato, registrando un notevole incremento rispetto all'ultima rilevazione.

D30. Pulizia interna dei mezzi.



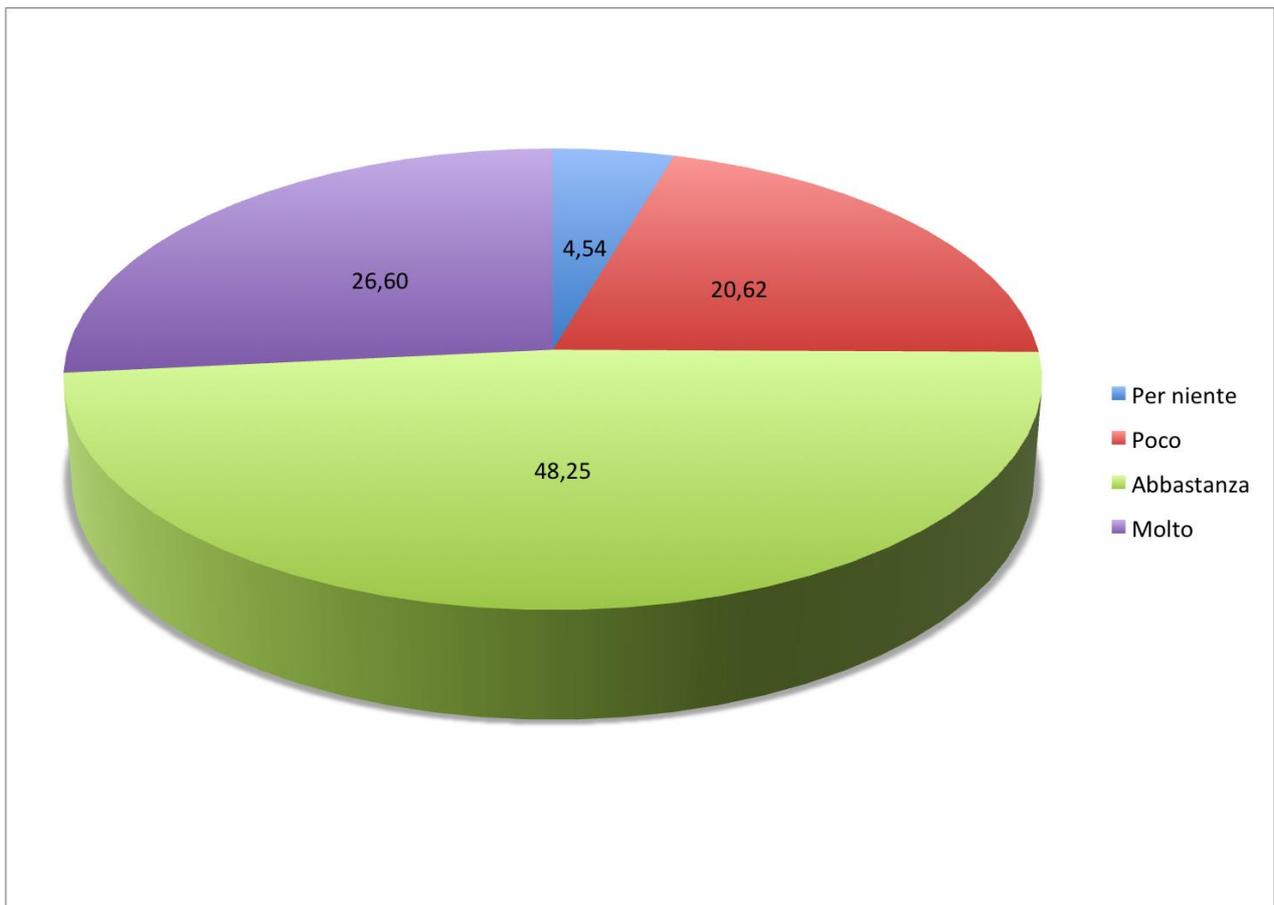
La parte interna del mezzo è il luogo in cui il viaggiatore trascorre più tempo ed è il luogo in cui è più attento ad apprezzare la qualità del servizio offerto. Le risposte sono collocate nella gran parte dei casi su un livello molto positivo di valutazione (40,62% abbastanza soddisfatti, 23,3 % molto soddisfatti), dati che ribaltano le ultime rilevazioni più negative.

D31. Pulizia esterna dei mezzi.



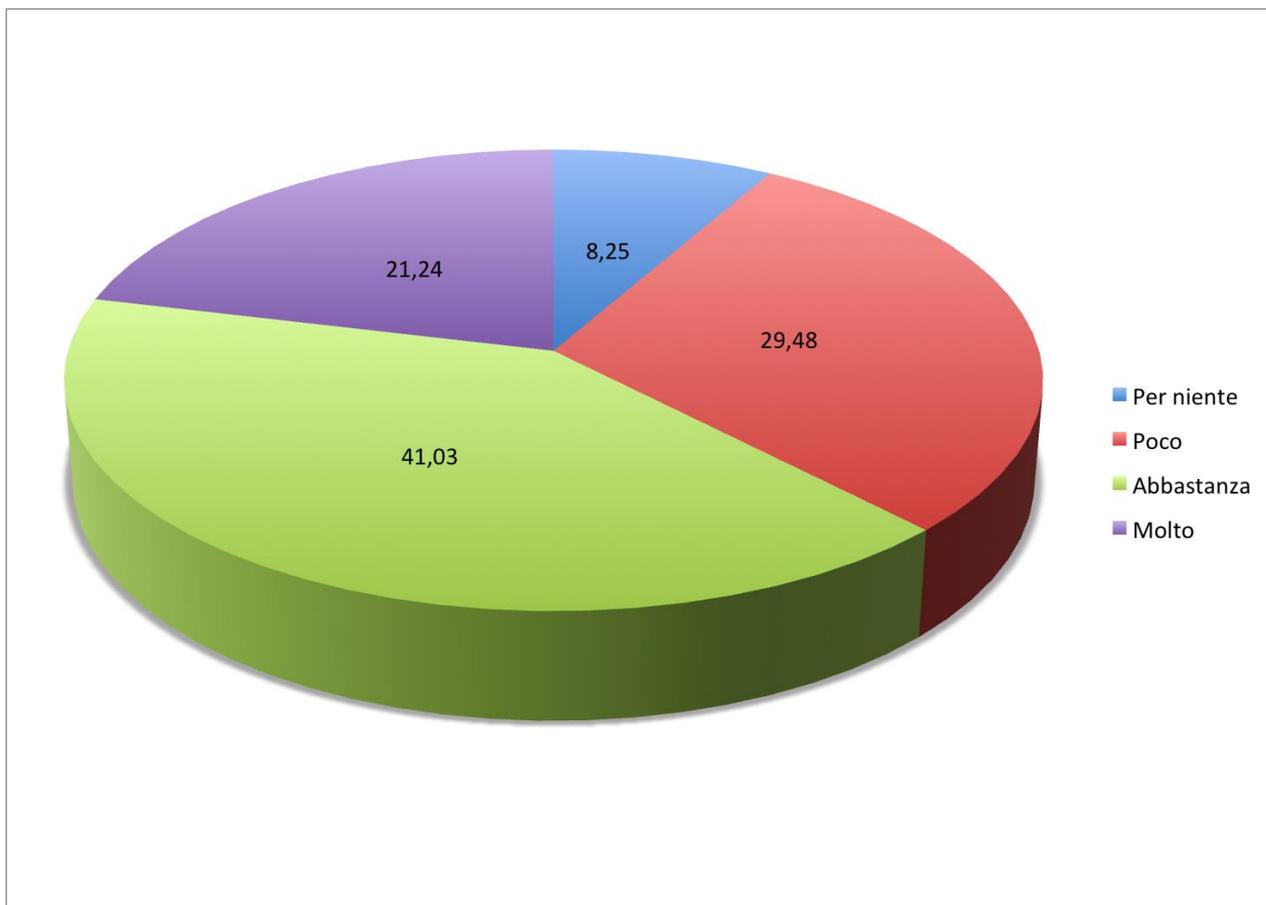
La soddisfazione per la pulizia del mezzo anche sul versante esterno si attesta su valori molto positivi (più del 65% gli intervistati nell'emisfero della soddisfazione).

D32. Sicurezza delle persone e degli oggetti.



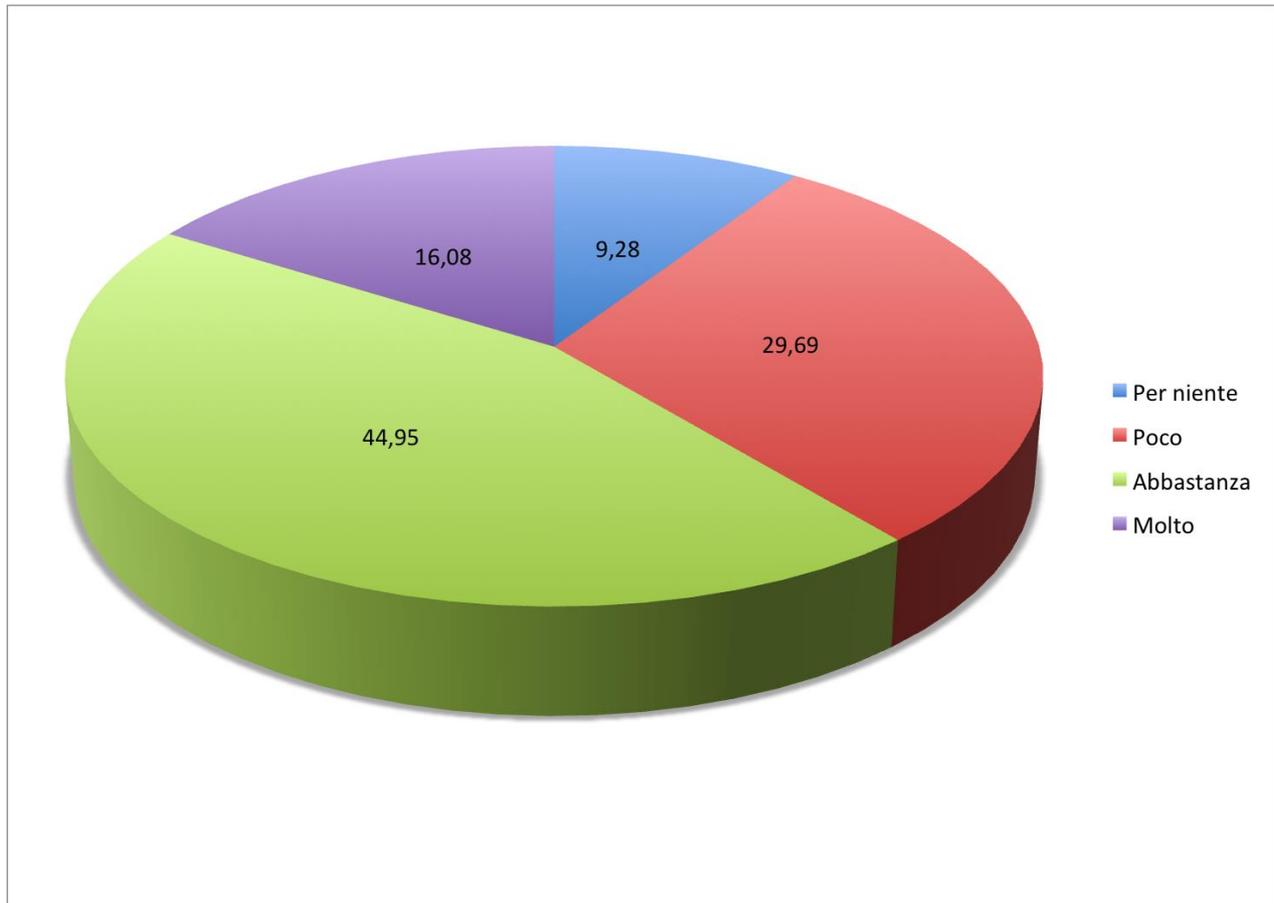
La sicurezza di persone ed oggetti a bordo rappresenta un diritto del viaggiatore, un elemento che il cliente giudica abbastanza soddisfacente nel 48,25% dei casi e molto soddisfacente nel 26,6% dei casi.

D33. Informazioni su percorsi e fermate (tabelle, mappe).



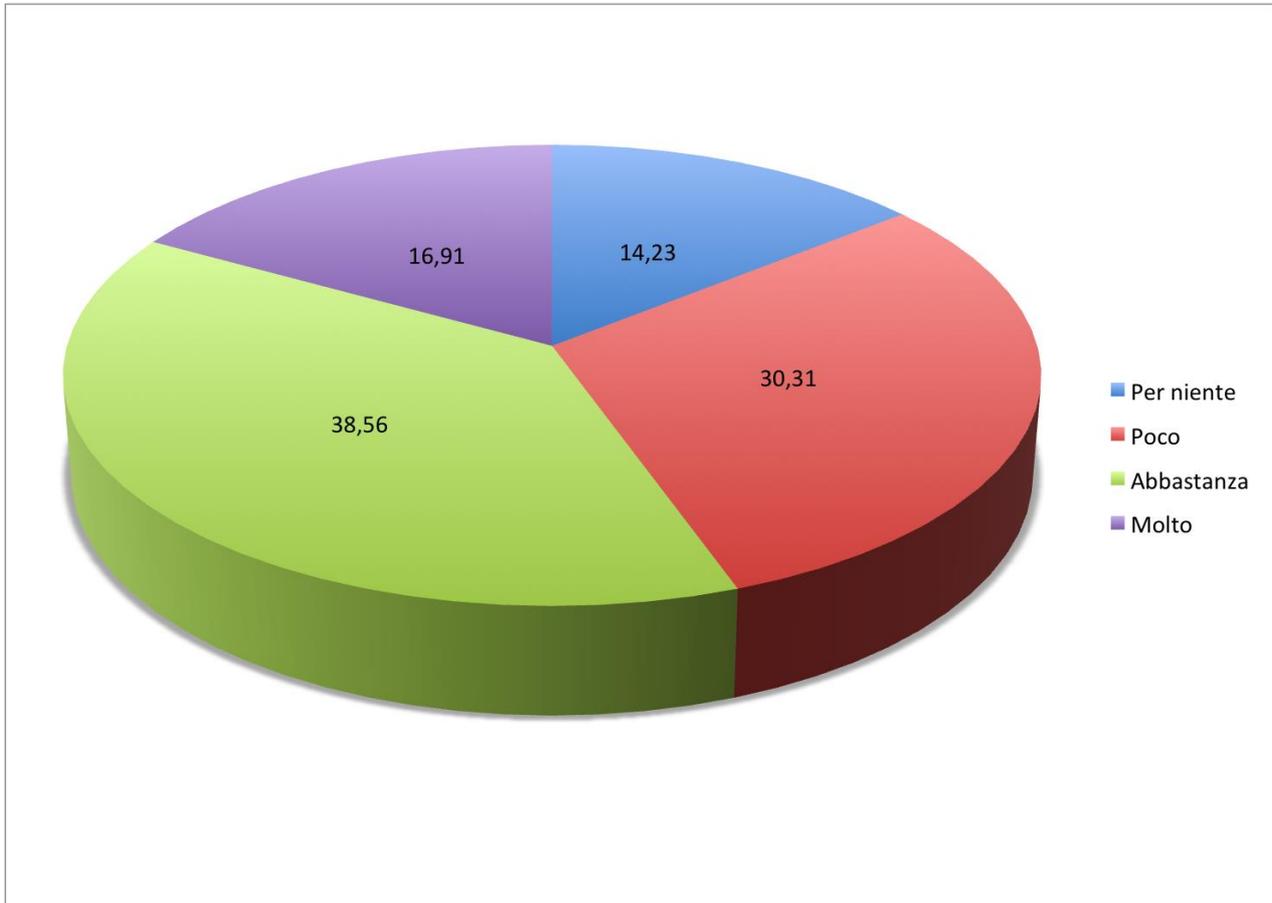
Le informazioni costanti circa i percorsi e le fermate sono un valore aggiunto al servizio offerto. Il cliente in questo modo riconosce di esser messo al centro dell'attenzione. Il 41,03% degli utenti intervistati si sente abbastanza soddisfatto delle informazioni fornite e il 21,24% molto soddisfatto. Il 29,48% degli intervistati sono poco soddisfatti.

D34. Informazioni sugli orari.



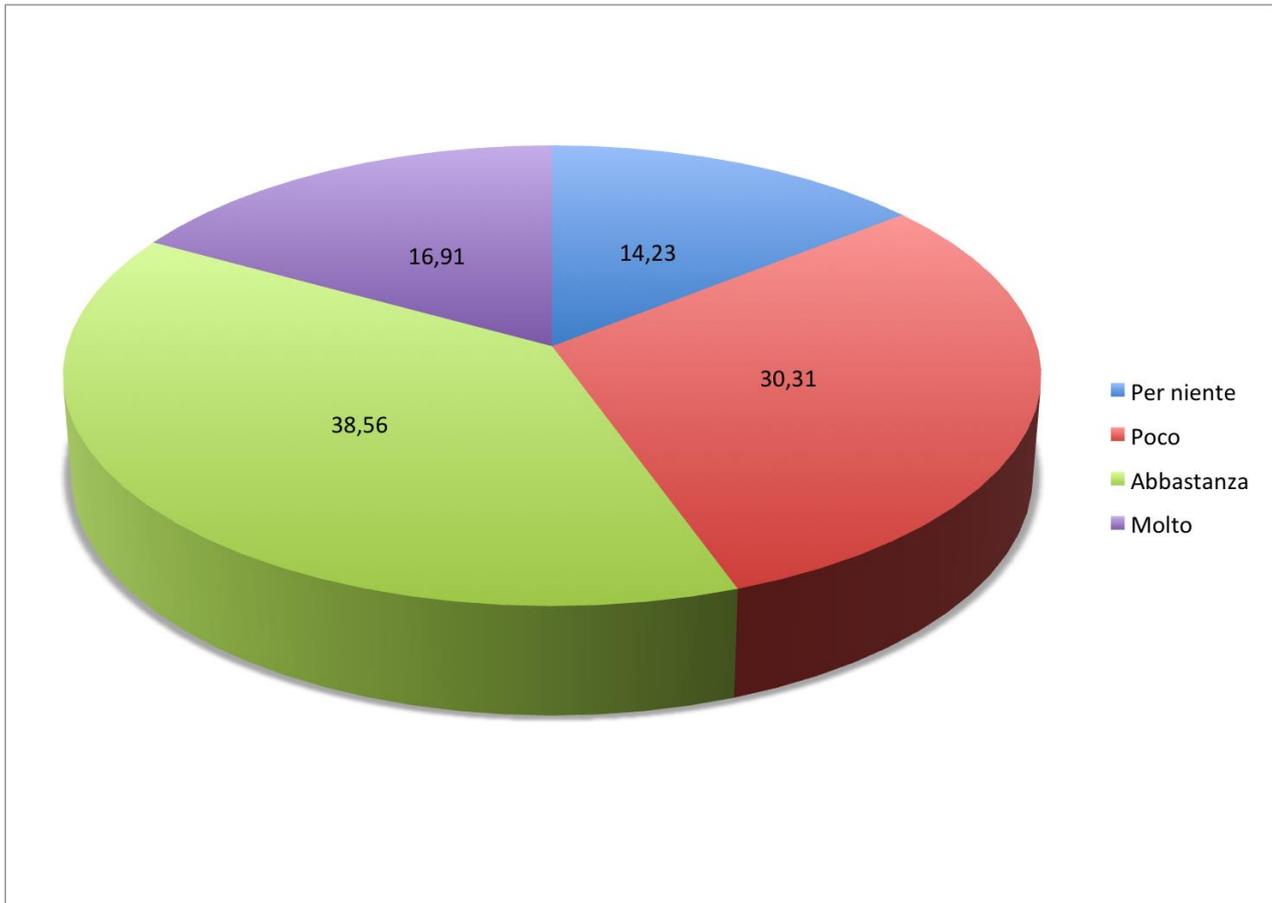
Questo indicatore presenta le stesse caratteristiche d'importanza, aspettativa e soddisfazione del precedente. Anzi, in questo caso in misura maggiore gli utenti (complessivamente più del 60%) si ritengono soddisfatti di conoscere gli orari delle corse.

D35. Informazioni sulle tariffe.



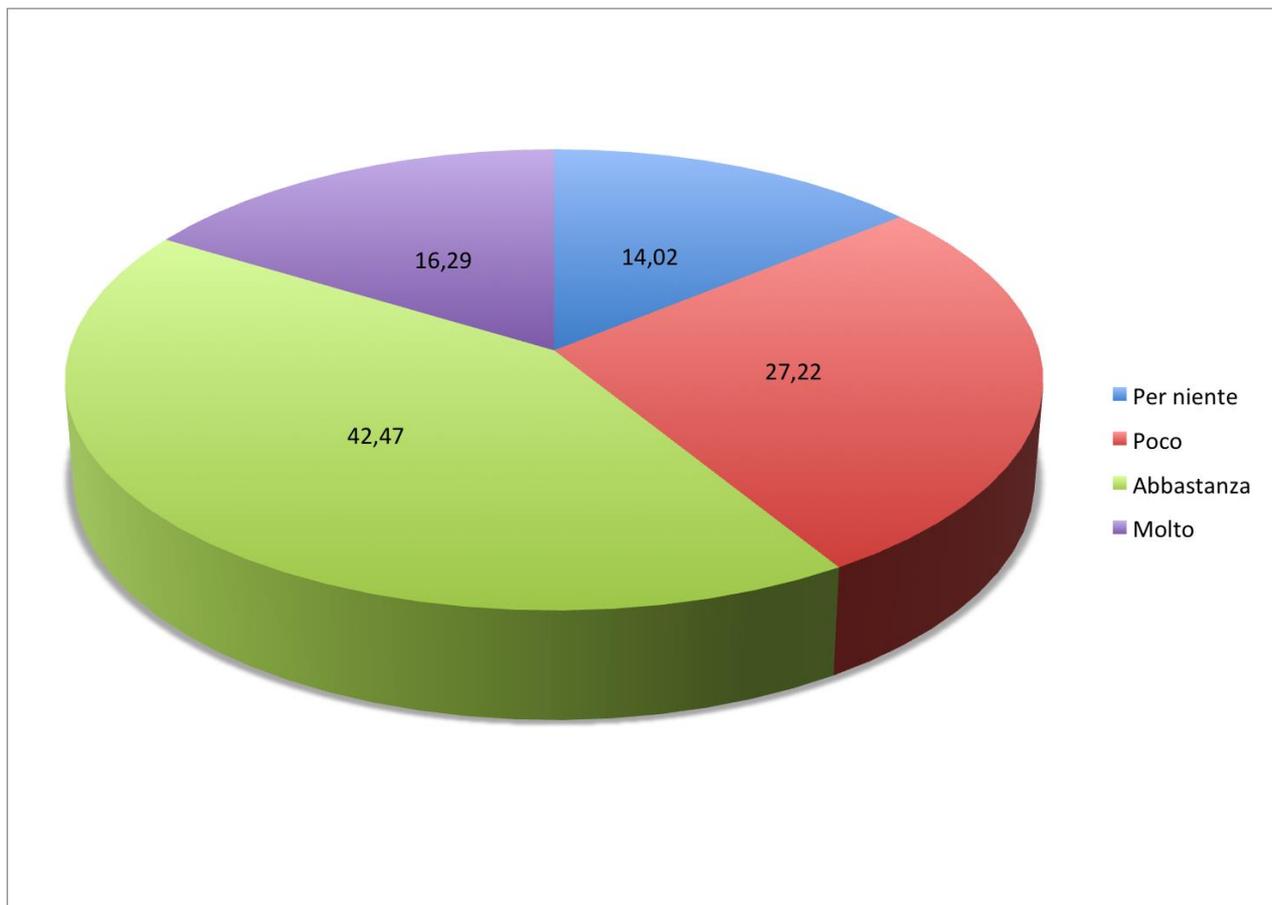
La trasparenza e l'informazione del sistema tariffario hanno considerevole attenzione da parte dei viaggiatori Fal. Il modo con cui viene perseguito tale obiettivo è mediamente soddisfacente nella misura percentuale del 55,47% (comprensiva delle risposte "abbastanza soddisfatto" e "molto soddisfatto"). Tuttavia, è questa un'area di miglioramento su cui poter migliorare ancora molto.

D36. Informazioni sulle variazioni del servizio.



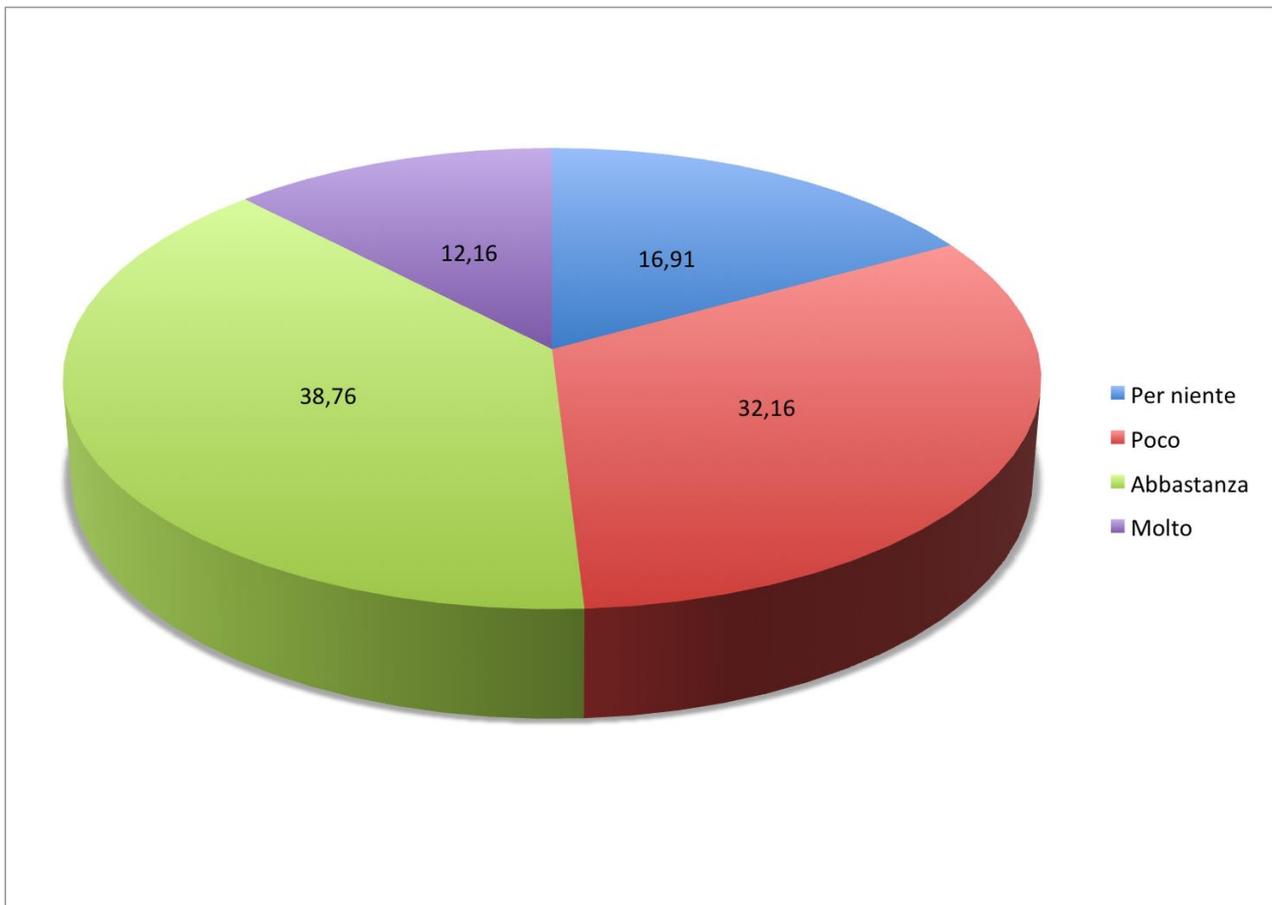
Questi tipi di informazioni sono molto apprezzate dal cliente, che è soddisfatto (38,56%) nella misura in cui gli è consentita la gestione dei programmi di viaggio. Il numero dei molto soddisfatti è decisamente salito rispetto all'ultima rilevazione (dal 4,8% al 16,91%).

D37. Informazioni via web (sito internet).



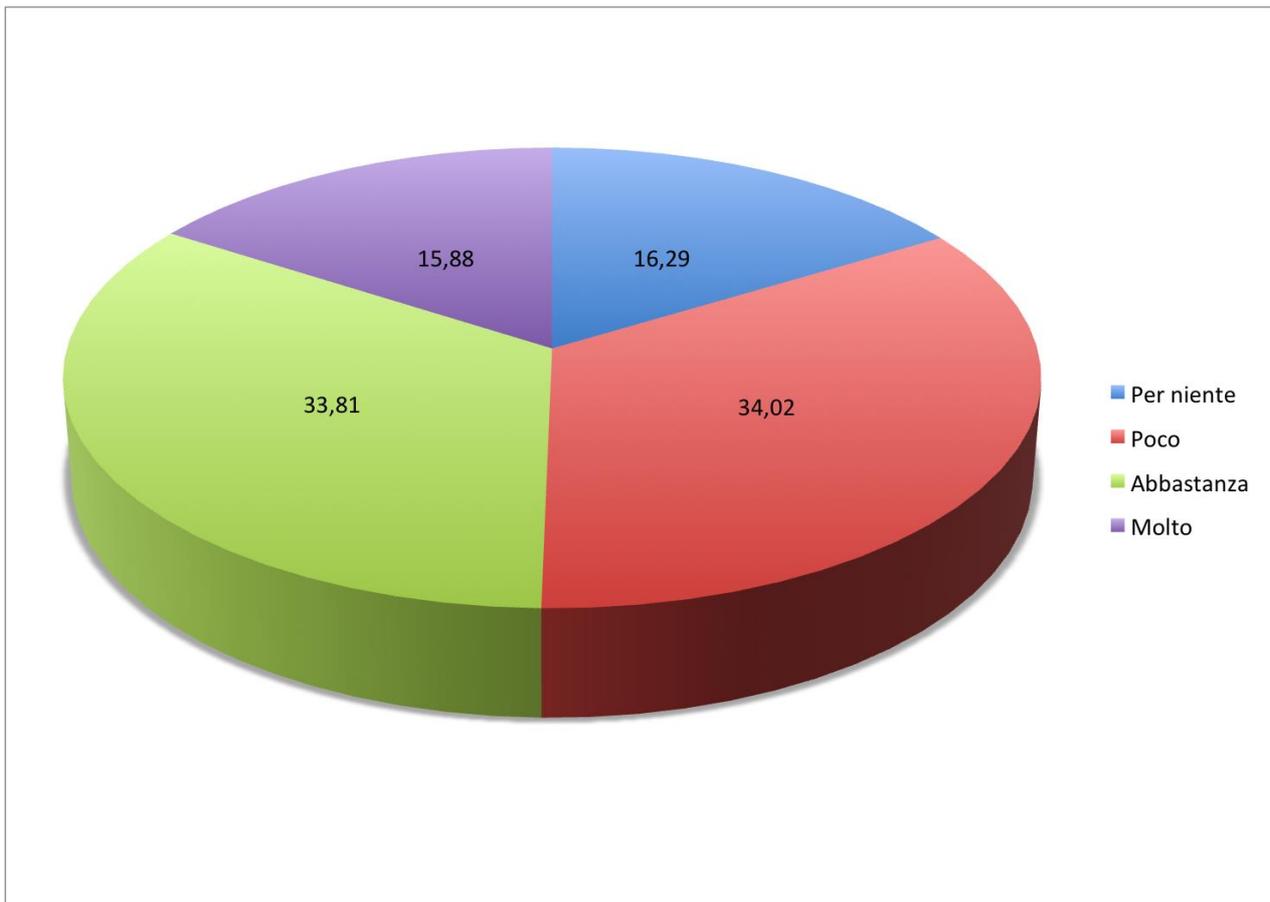
Le informazioni via web rendono più agevole il dialogo tra azienda e cliente, che trova così le sue risposte in merito alle sue esigenze in modo più semplice e veloce. La soddisfazione per la gestione dei canali web dell'azienda è aumentata nel corso dell'ultimo biennio, portando il dato complessivo di soddisfazione a superare ampiamente la soglia del 65%.

D38. Attività dell'URP.



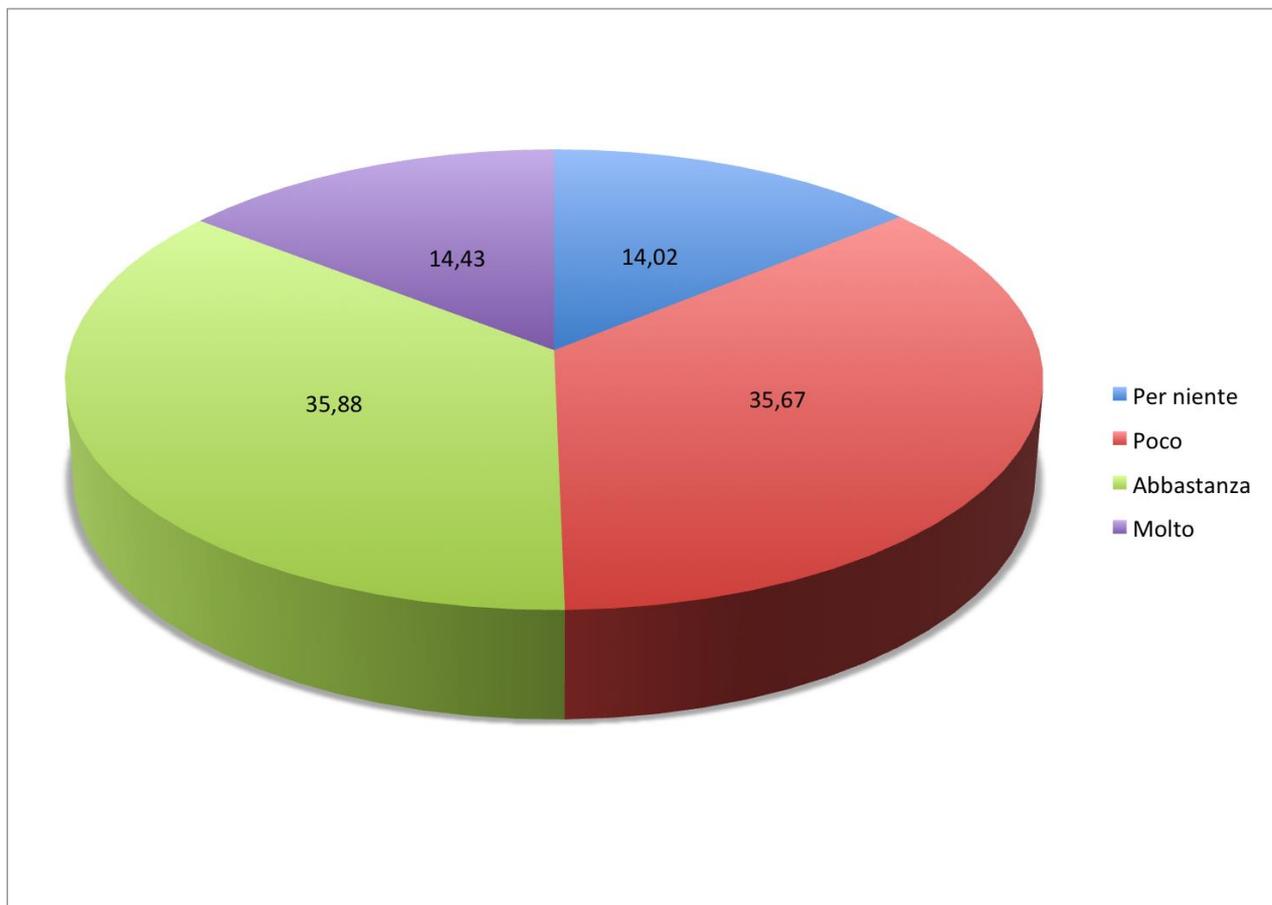
L'ufficio relazioni con il pubblico rappresenta una valida alternativa alla comunicazione via web. Specialmente per coloro che non conoscono ancora bene il mondo di internet, questo servizio offerto è creato su misura per coloro i quali vogliono reperire informazioni di viaggio. Si dovrebbe lavorare di più anche su questo aspetto affinché il cliente riscontri una maggiore facilità di accesso alle informazioni. Il servizio è giudicato abbastanza soddisfacente nel 38,76% dei casi e molto soddisfacente nel 12,16% dei casi, contro il 32,16% che invece si ritiene poco soddisfatto e il 16,91% che ritiene per niente soddisfatto.

D39. Pulizia delle stazioni.



Le stazioni, luoghi di sosta precedenti il viaggio, per gli utenti sono da considerare un luogo di accoglienza e comfort, pertanto è necessario che soddisfino gli indicatori di qualità di maggior peso: la pulizia e il decoro. La percezione della qualità parte proprio da questo primo approccio del cliente. Soddisfazione e non soddisfazione per questo aspetto si dividono equamente, motivo per cui è questa un'area con ampi margini di miglioramento.

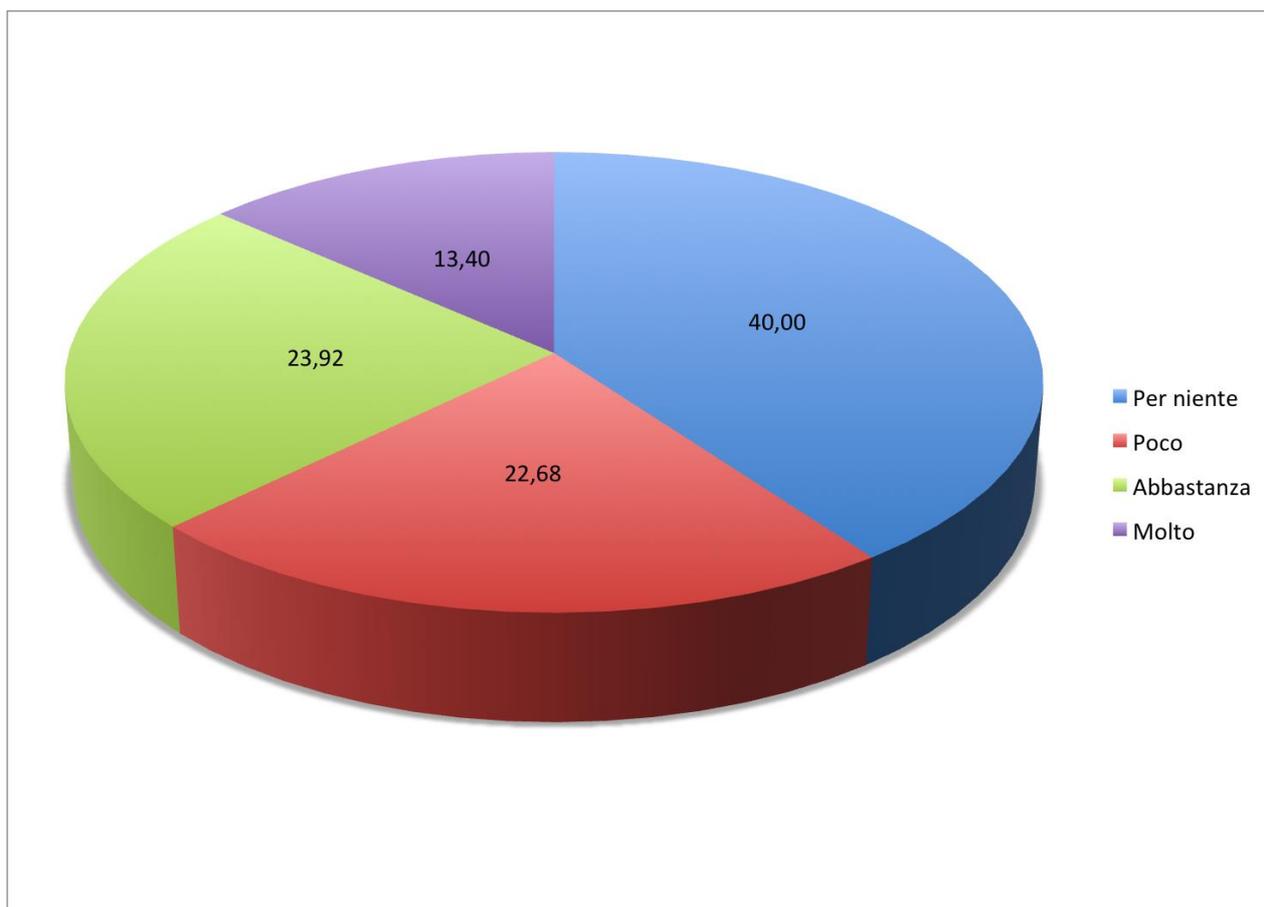
D40. Illuminazione delle stazioni.



La buona illuminazione delle stazioni è percepita come un segnale di sicurezza da parte del viaggiatore, che avvertirà come maggiormente remota la possibilità che si verifichino situazioni di rischio e di pericolo. Si tratta di un elemento di primaria importanza e sono in crescita i passeggeri che trovano un riscontro positivo

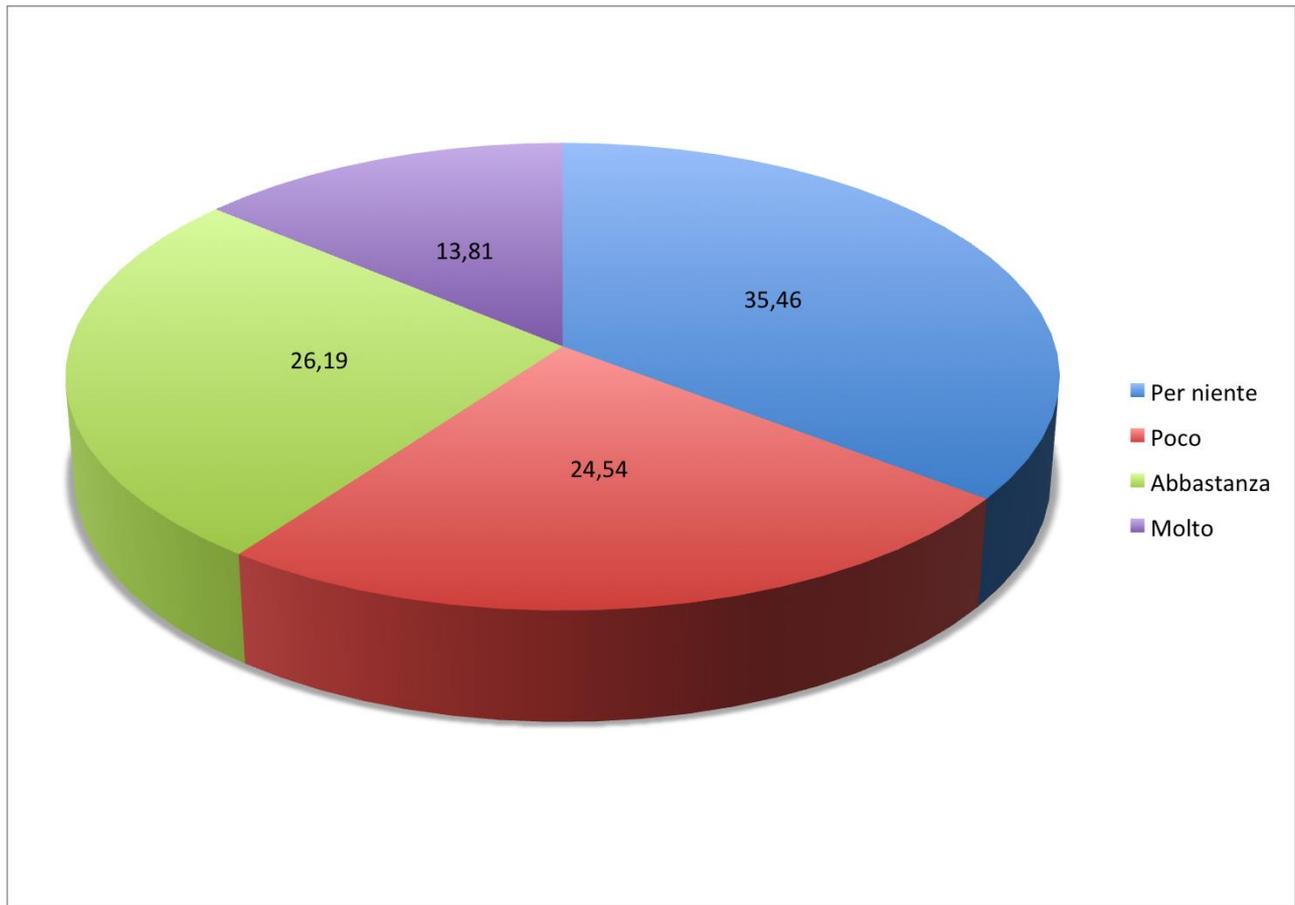
nella reale attenzione dell'azienda alla serenità dell'utente: il 35,88% di essi è abbastanza soddisfatto di questo aspetto e il 14,43% è molto soddisfatto, contro un 35,67% che trova l'illuminazione delle stazioni piuttosto scarsa e un 14,02% che la trova molto scarsa.

D41. Funzionamento scale mobili.



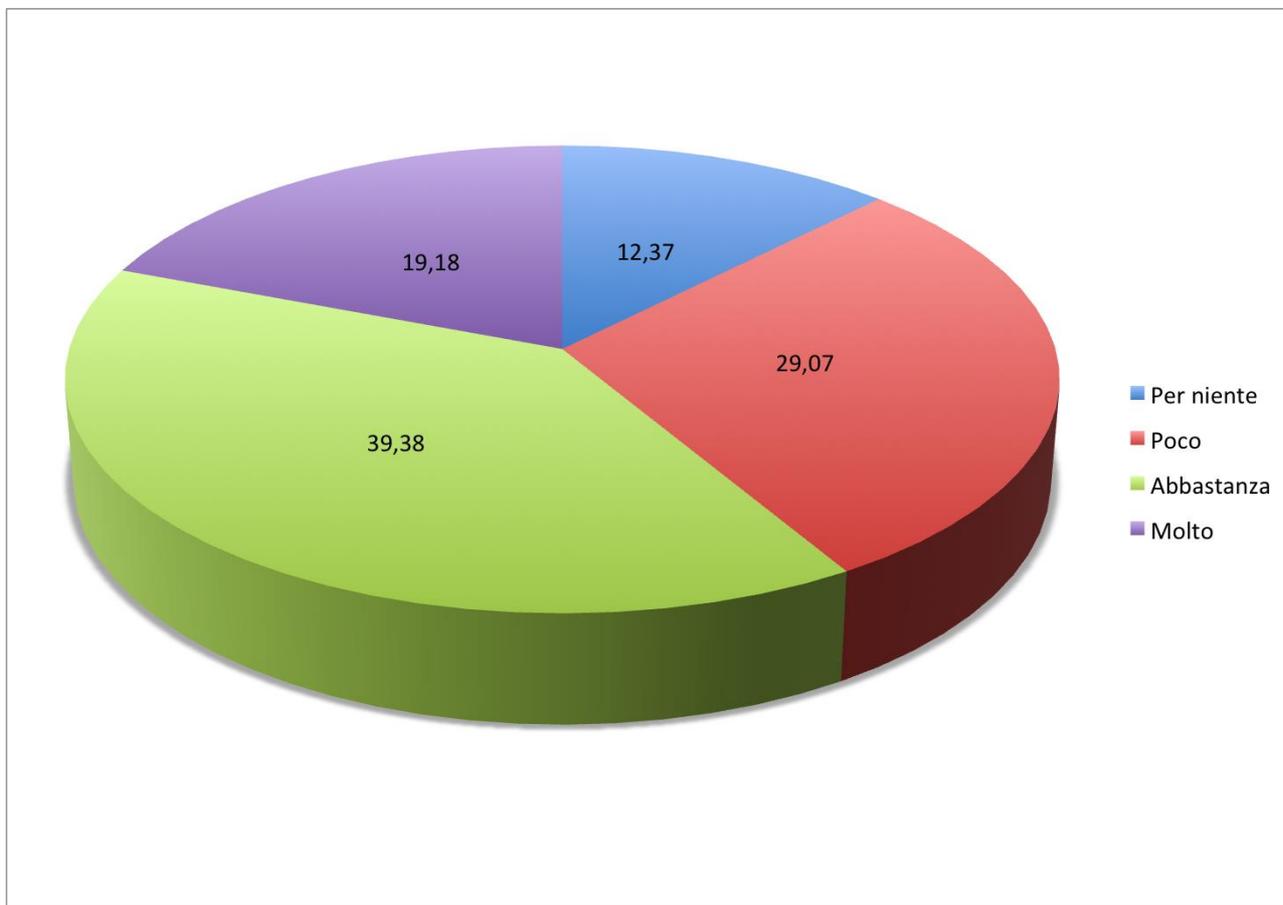
Laddove il bisogno di ricorrere alle scale mobili è avvertito dai passeggeri, si riscontra una elevata percentuale di rispondenti (pari al 62,68%) che indica di essere per nulla appagato dal funzionamento di questo servizio, peraltro tra i più essenziali per tutti gli individui anziani o per coloro che presentano difficoltà di movimento.

D42. Funzionamento degli ascensori.



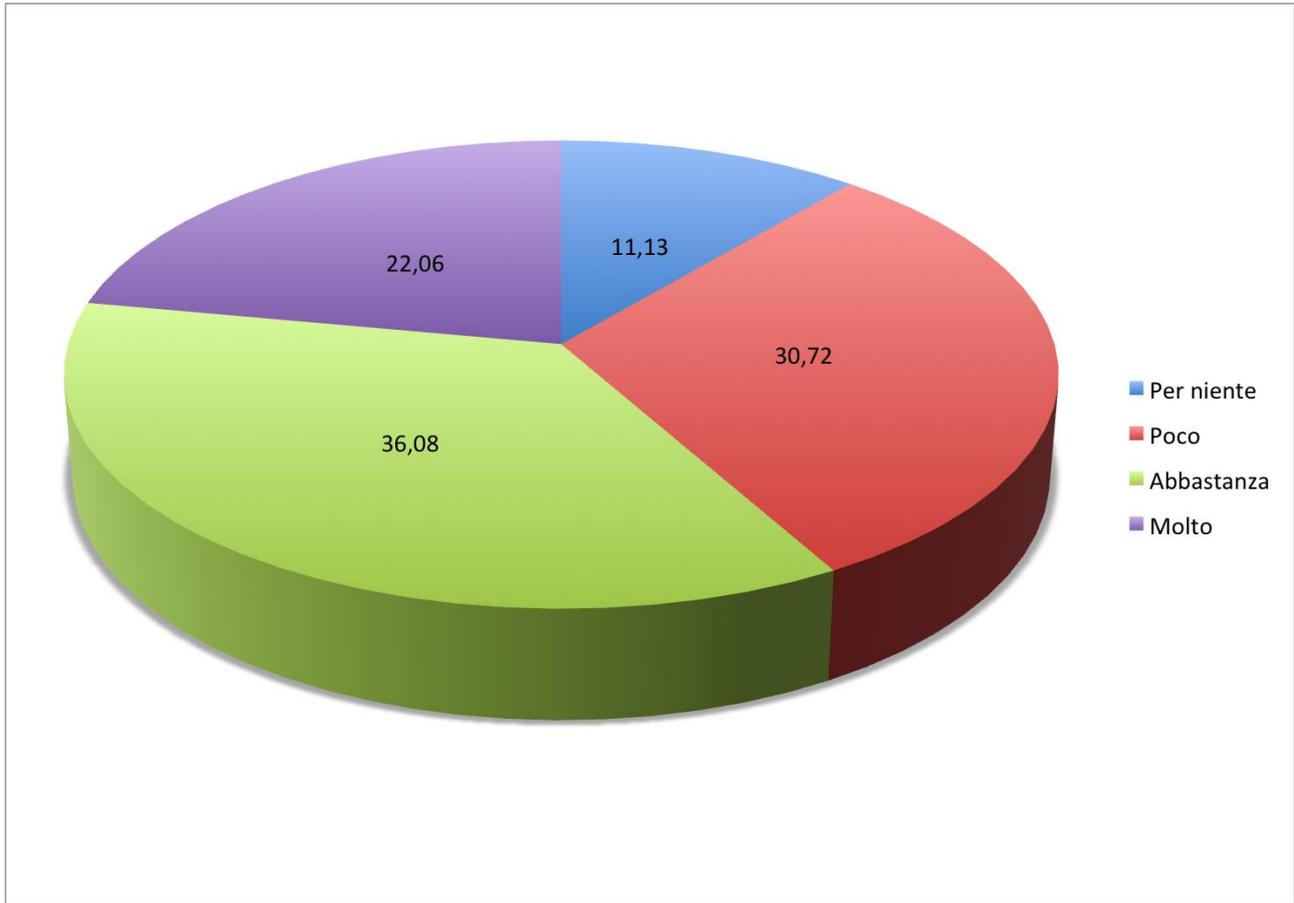
Gli ascensori sono molto spesso una comodità per il cliente di un'azienda di trasporti, oltre che una necessità per chi ha difficoltà nella mobilità o nel trasporto bagagli. Circa il 60% degli intervistati non è appagato dalla presenza e dalla funzionalità degli impianti messi a disposizione.

D43. Quadri orari dei mezzi.



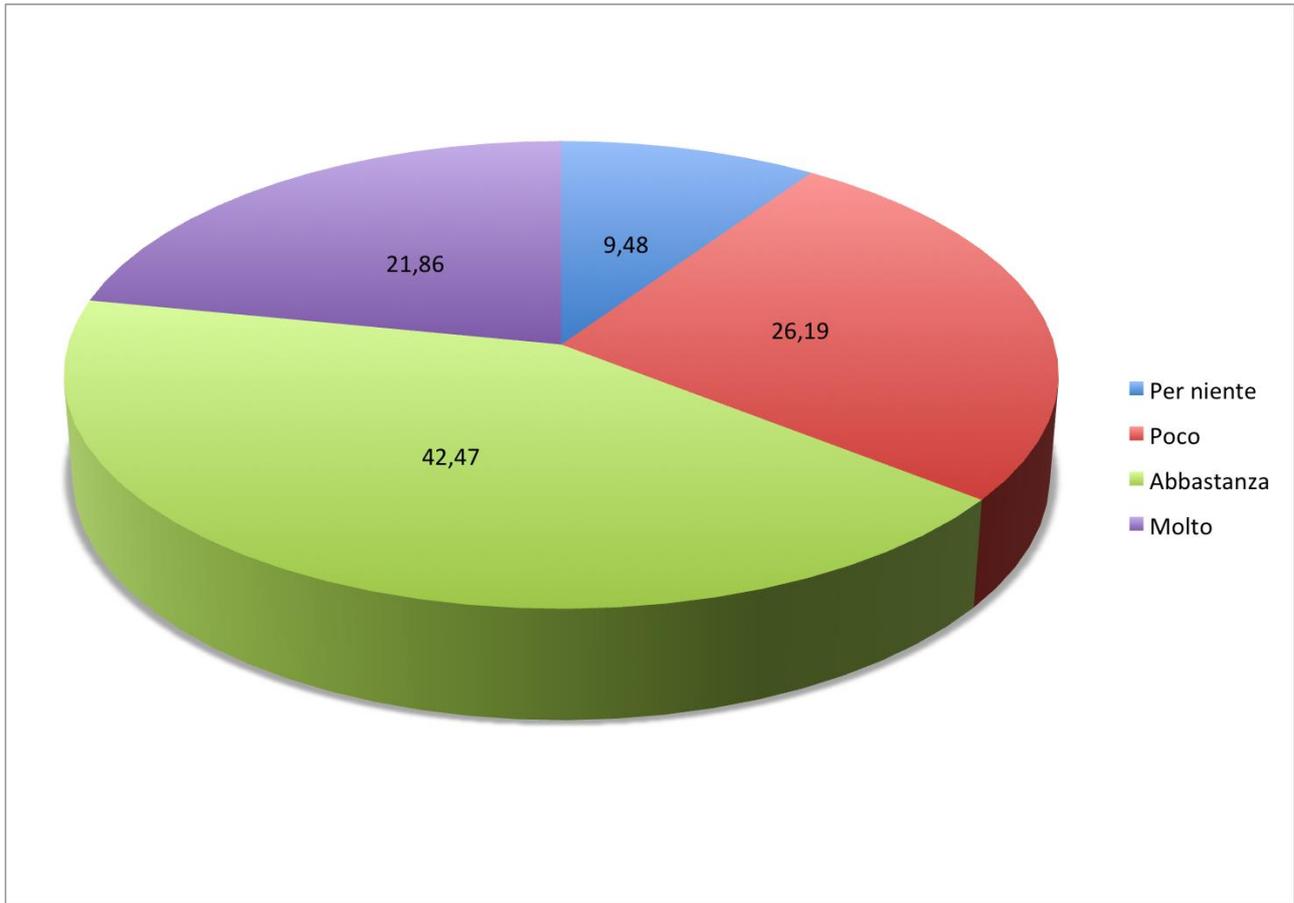
La facilità di accesso alle informazioni di viaggio costituirebbe un punto di forza del servizio offerto. La soddisfazione percepita, però, resta a livelli alti solo nell'19,18% dei casi, dato in crescita rispetto alla precedente rilevazione ma ancora migliorabile.

D44. Presenza punti vendita (biglietterie).



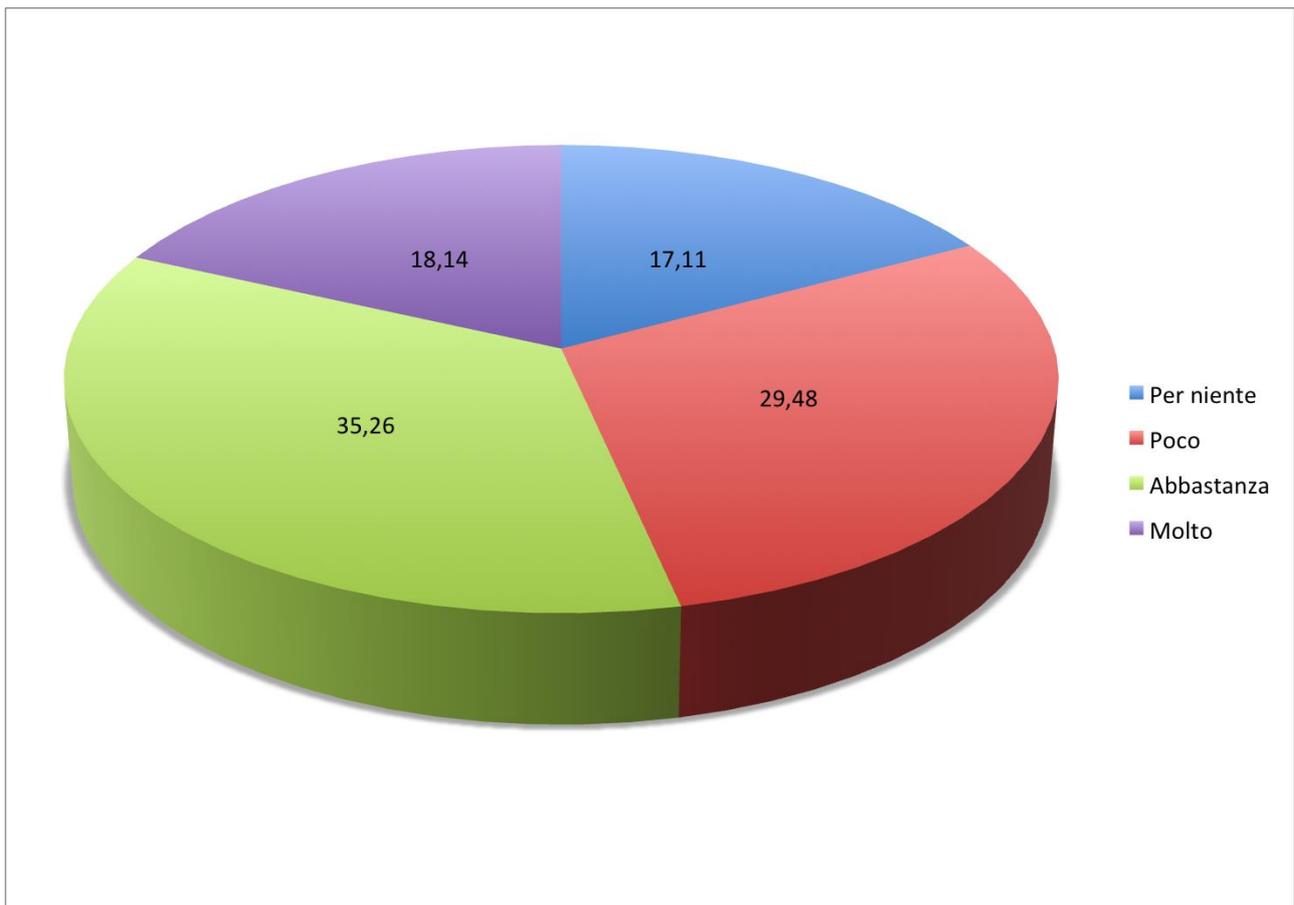
La capillarizzazione dei punti vendita per i titoli di viaggio avrebbe un impatto positivo sull'allargamento del target di utenza per la reperibilità più semplice dei biglietti di viaggio. Un sistema gestito più accuratamente incrementerebbe il livello di eccellenza, attualmente in crescita ma ancora fermo al 22,06% con un 36,08% di utenti abbastanza soddisfatti.

D45. Funzionamento delle obliterate.



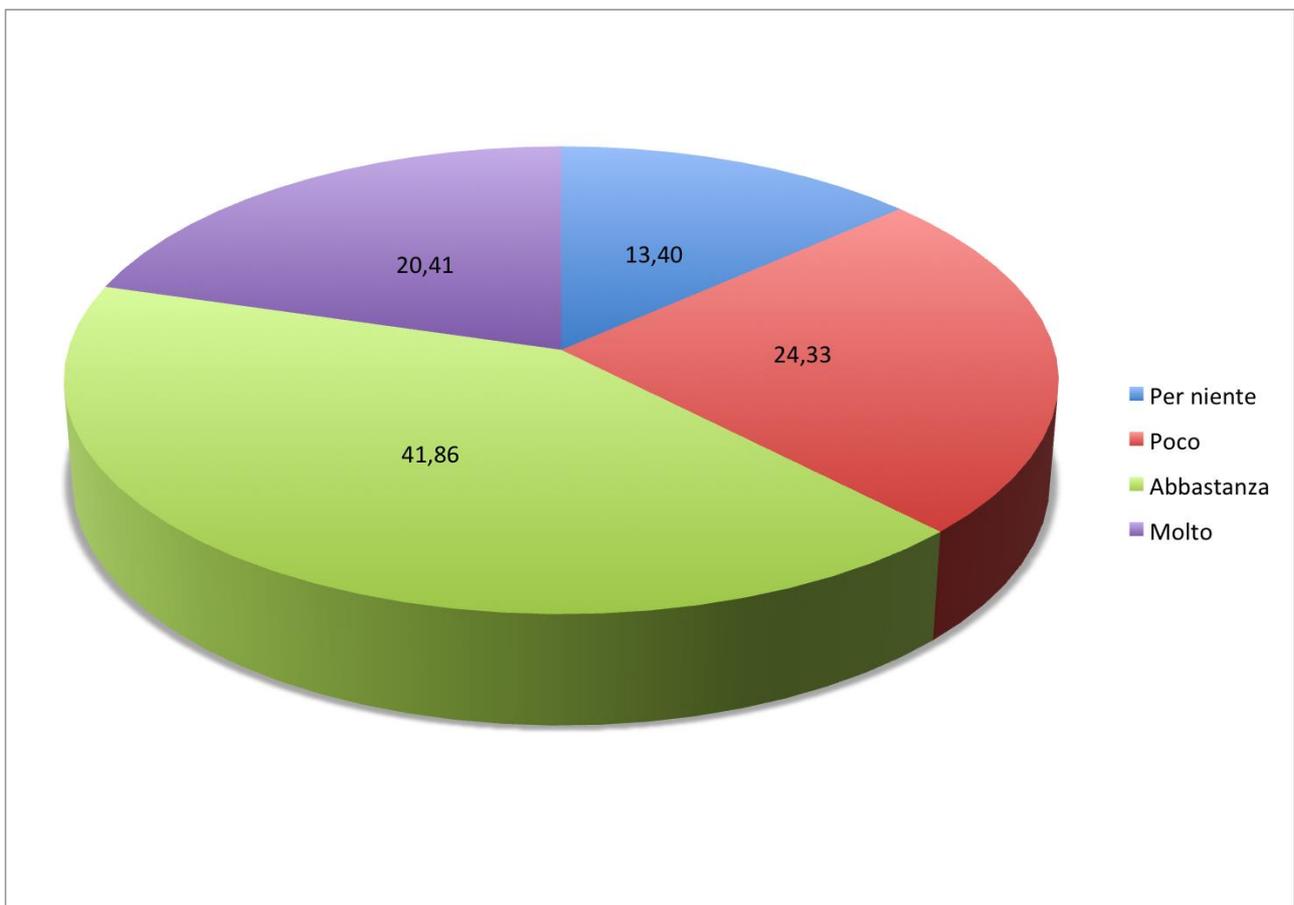
Il biglietto obliterato prima di salire a bordo evita possibili inconvenienti per il passeggero e l'eventuale ricorso al personale di bordo per l'obliterazione del titolo di viaggio. Per il 42,47% dei clienti la presenza di tali strumenti è abbastanza soddisfacente, mentre solo per il 9,48% è molto soddisfacente.

D46. Informazione sonora.



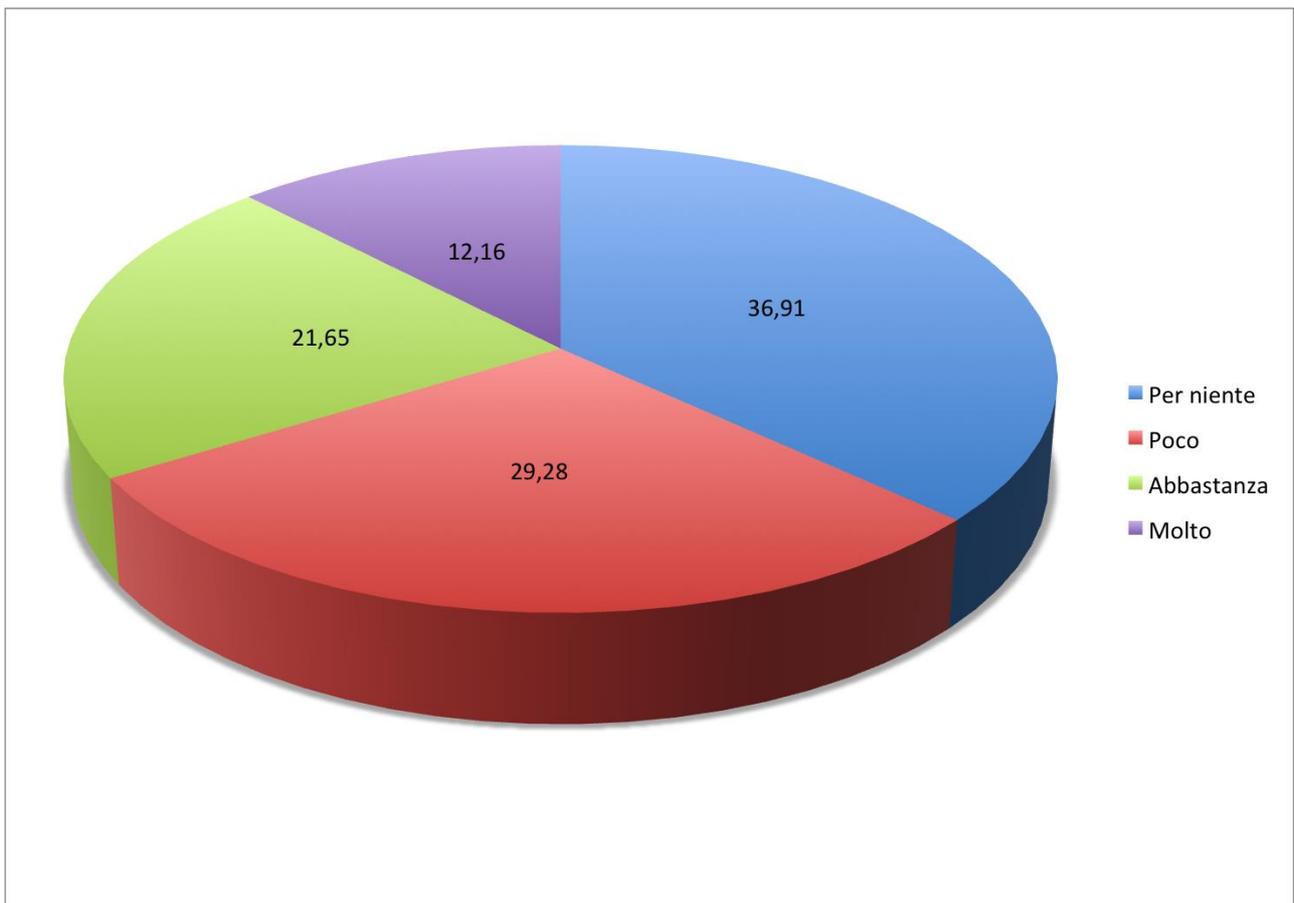
È nota l'importanza che ogni viaggiatore attribuisce all'informazione sonora. Tale informazione limita le difficoltà e accelera il percorso, all'interno delle stazioni e dei mezzi, e favorisce l'accesso a informazioni di diversa natura. Per cui è da segnalare un miglioramento netto di questo aspetto, rispetto al 2013, con l'emisfero dei soddisfatti che supera la soglia del 53%.

D47. Disponibilità del personale a terra.



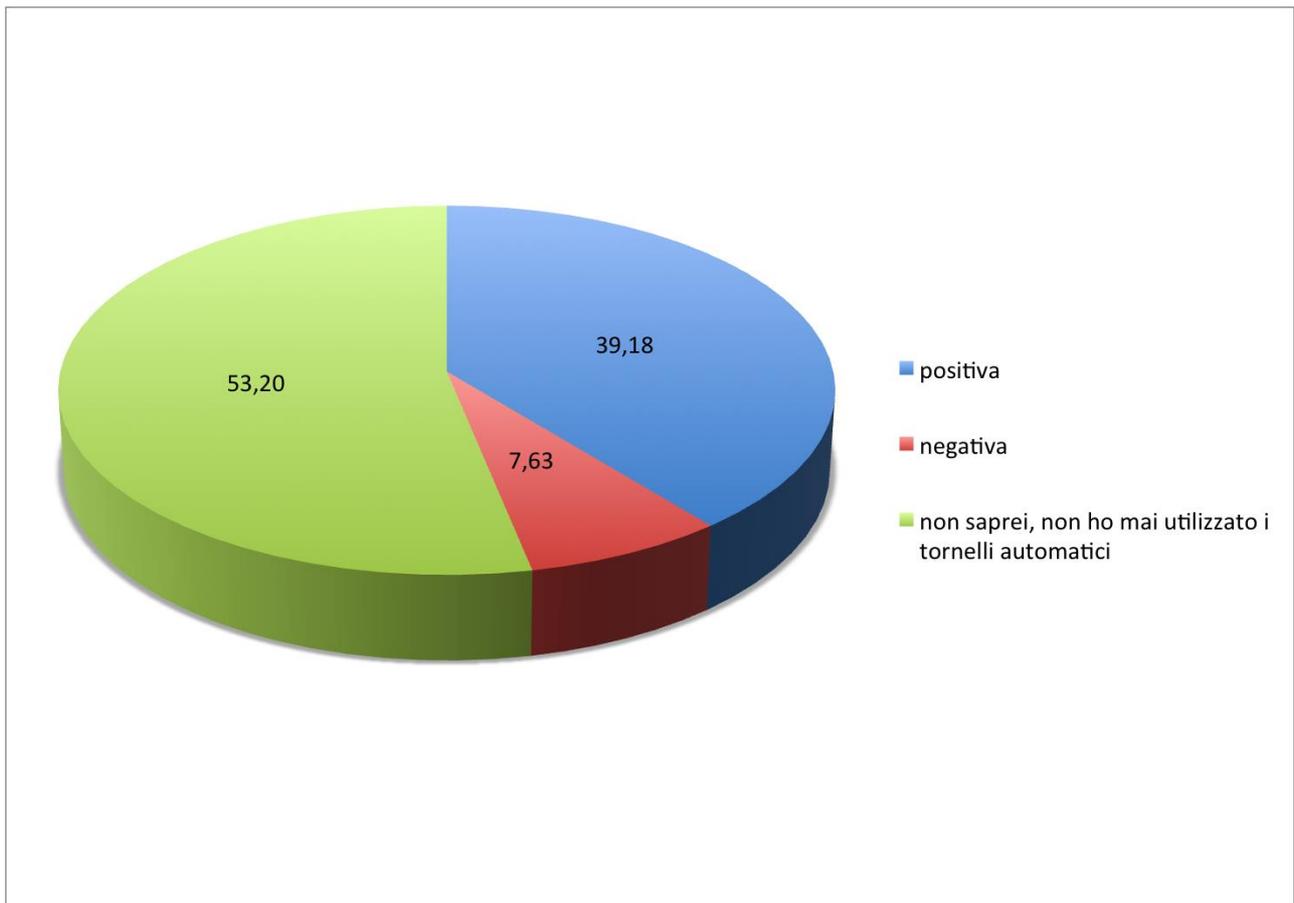
Il servizio a terra completa e integra quello a bordo, per offrire una molteplicità di stimoli e comfort di viaggio. L'essere a disposizione del cliente sia all'interno delle infrastrutture che sui mezzi rappresenta un must dell'azienda. Ad esserne pienamente soddisfatto è il 20,41% dei clienti, dato in netta crescita rispetto al passato.

D48. Presenza di rastrelliere per biciclette.



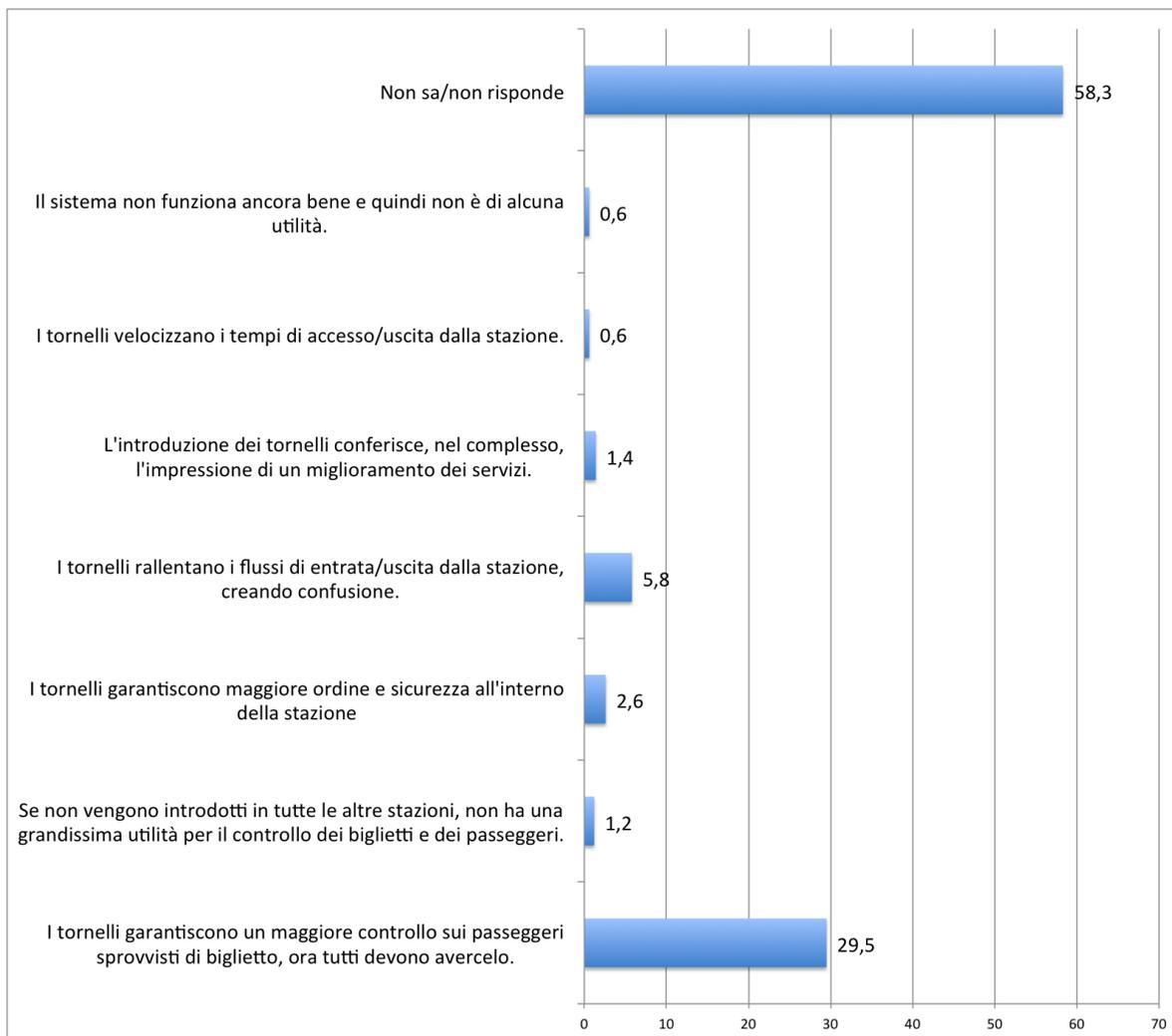
L'introduzione delle rastrelliere per biciclette è un aspetto ancora da migliorare per qualità e quantità, considerati il 29,28% di utenti poco soddisfatti e il 36,91% di utenti per niente soddisfatti.

D49. Introduzione dei varchi automatici alla stazione di Bari Centrale.



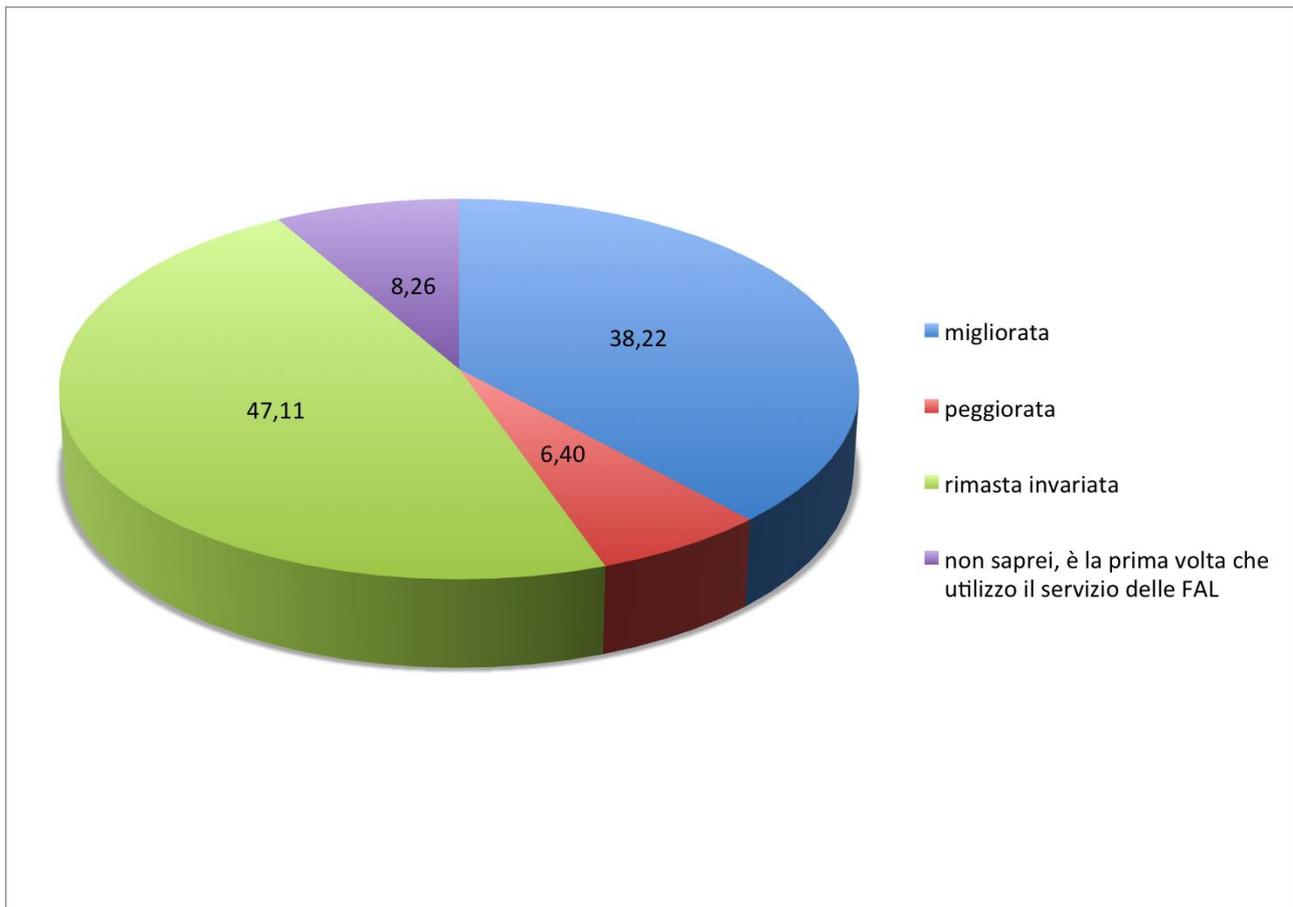
L'introduzione del nuovo sistema di ingresso e uscita con i varchi automatici alla stazione di Bari Centrale ha destato, per coloro che sono transitati nella stazione, impressioni positive per la grande maggioranza degli intervistati (il 39,18%).

D50. Motivazioni al giudizio sull'introduzione dei varchi automatici nella stazione di Bari Centrale.



Tra coloro che hanno utilizzato il nuovo sistema con i varchi automatici, è evidente come l'innovazione introdotta dall'azienda nella stazione di Bari Centrale abbia apportato un maggiore controllo al fenomeno di evasione del biglietto, migliorando sensibilmente una delle istanze maggiormente negative riscontrate nella precedente rilevazione.

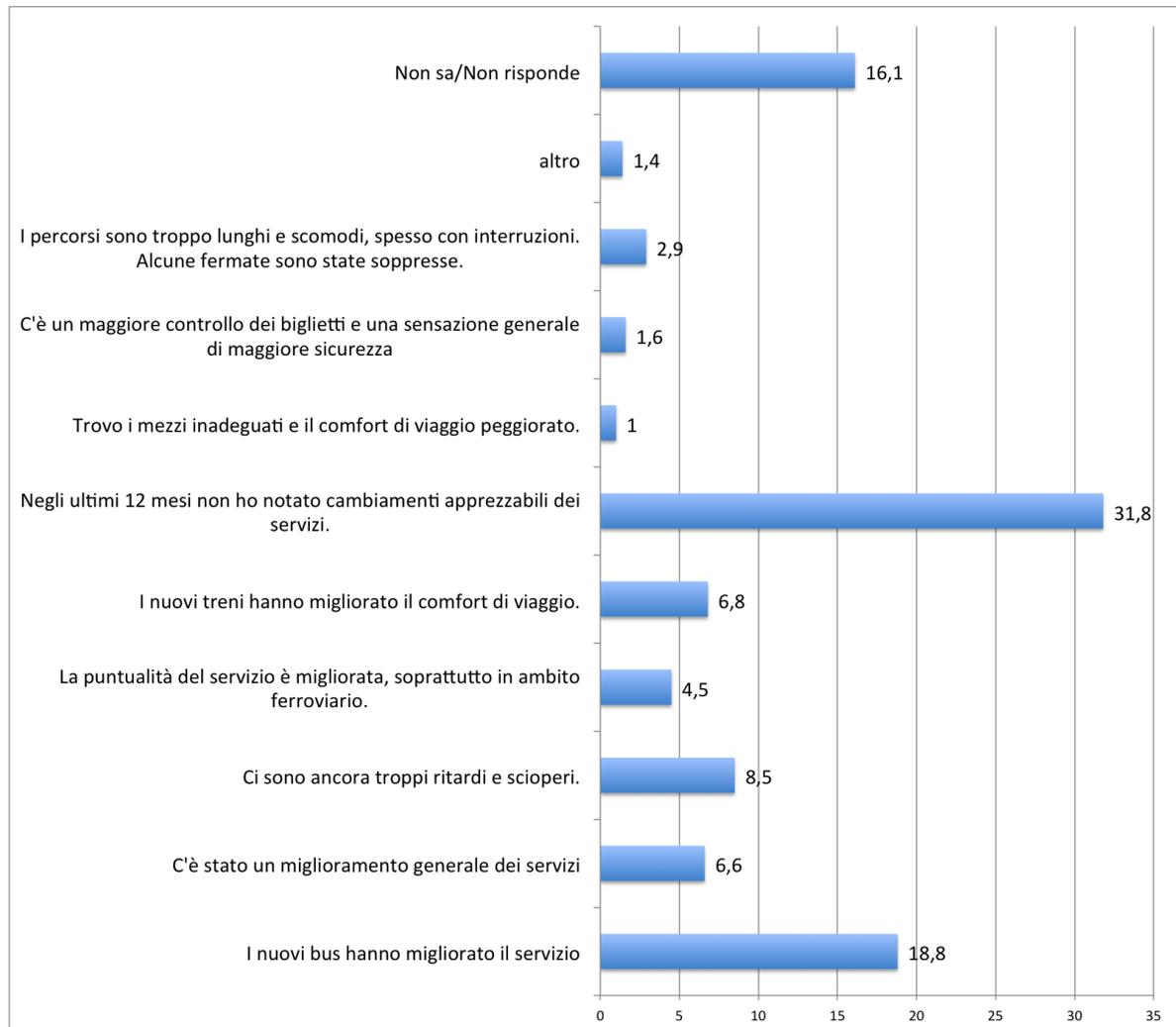
D51. Qualità complessiva dell'esperienza di fruizione del servizio FAL negli ultimi 12 mesi.



Per il 47,11% degli utenti la qualità dell'esperienza di fruizione del servizio è rimasta invariata negli ultimi 12 mesi. Tuttavia, per ben il 38,22 % degli utenti la situazione è migliorata, a fronte del 6,40% degli intervistati per cui è peggiorata.

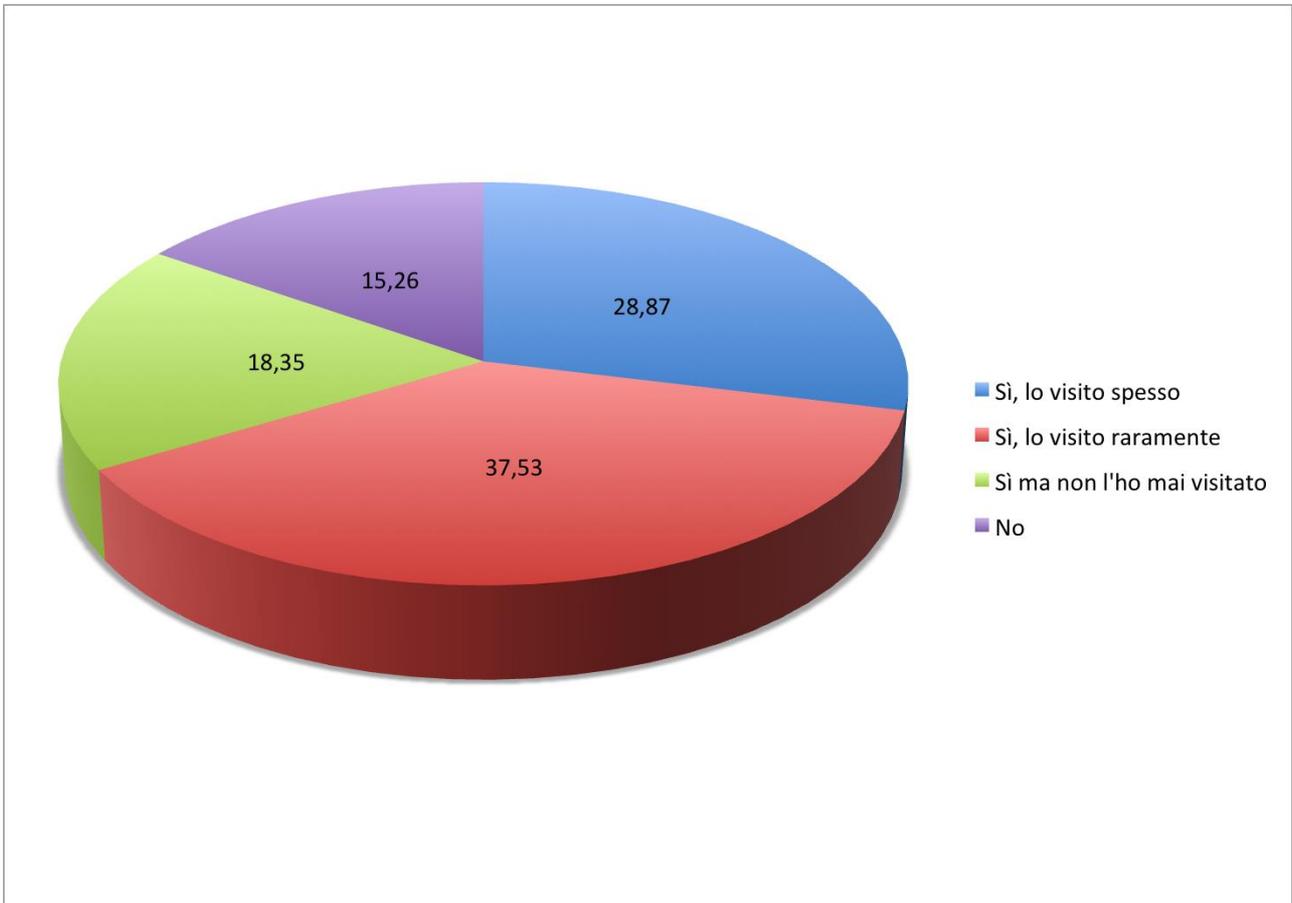
D52. Motivazioni al giudizio sulla qualità complessiva dell'esperienza di fruizione del

servizio FAL negli ultimi 12 mesi.



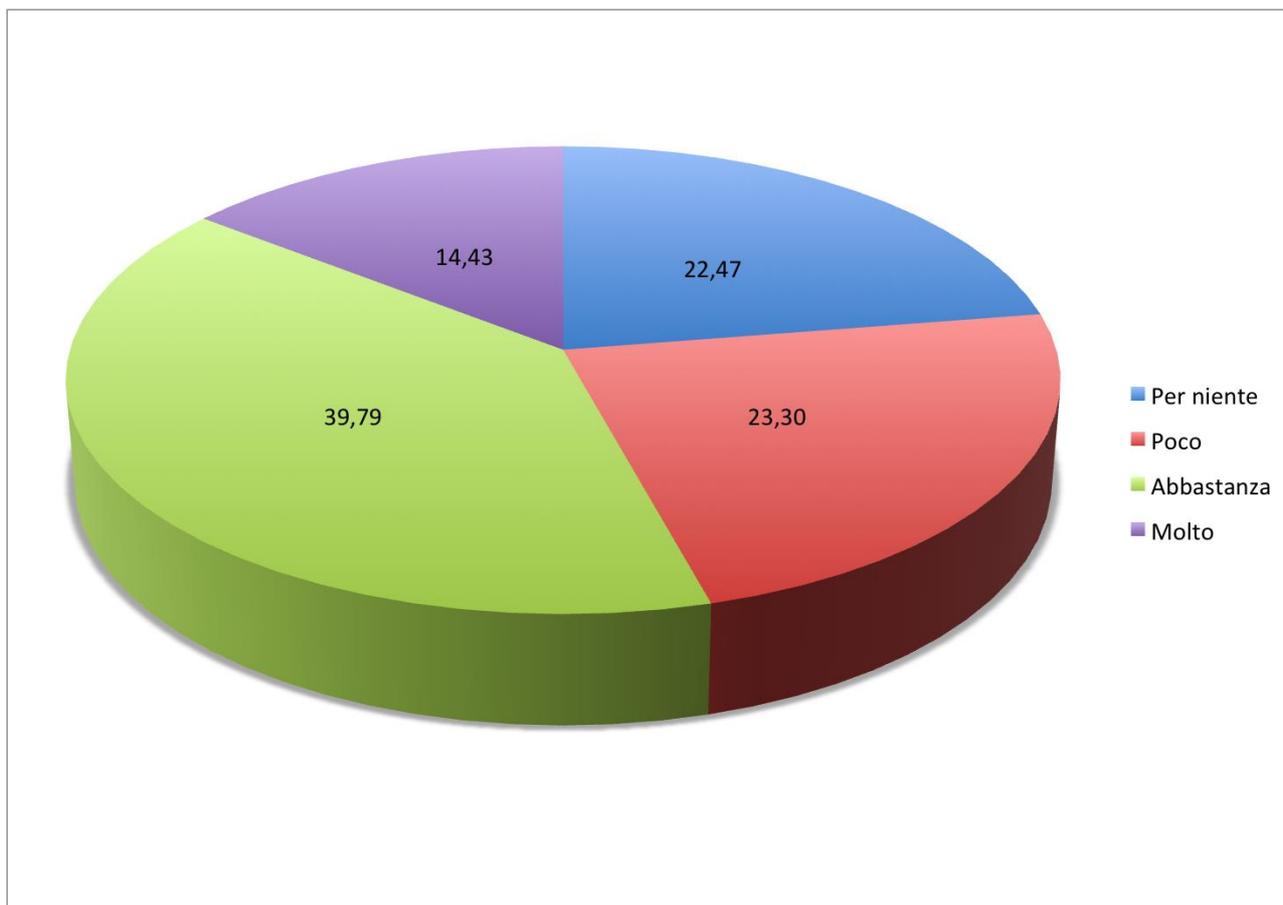
I motivi di maggiore soddisfazione complessiva relativa alla fruizione dei servizi negli ultimi 12 mesi sono dovuti al rinnovo del parco mezzi (treni e autobus), che hanno innalzato il comfort di viaggio e la percezione di qualità complessiva.

D53. Conoscenza del sito internet FAL.



La grande maggioranza degli utenti conosce il sito web ufficiale dell'azienda. Solo il 15,26% degli intervistati non ne è a conoscenza, mentre il 28,87% lo visita spesso.

D54. Qualità e soddisfazione percepita dal sito internet FAL.



Il canale web ufficiale dell'azienda soddisfa complessivamente più del 54% dei rispondenti, mentre il 23,30% ne è poco soddisfatto e il 22,47% per niente soddisfatto.

Conclusioni

I dati emersi da questa nuova indagine di Customer Satisfaction evidenziano a livello generale un netto miglioramento dei trend evolutivi rilevati nelle precedenti rilevazioni.

Il forte e imponente rinnovamento del parco mezzi ferroviario e automobilistico sta contribuendo in modo decisivo a portare la soddisfazione del servizio da parte dell'utenza in territori maggiormente positivi rispetto a quelli del passato.

Vi è quindi da registrare un netto miglioramento del servizio offerto dall'azienda nell'ultimo biennio, che, guidato dal rinnovamento del parco mezzi, produce effetti positivi anche sulle altre categorie di performance dell'azienda.

Profili socio-demografici prevalenti

Vi è da constatare, nel periodo di rilevazione scelto e più in generale in tutto lo storico delle precedenti rilevazioni, una maggiore concentrazione di donne sui mezzi (6 su 10).

Si conferma il dato per cui più dell'80% degli intervistati, con campione casuale, è compreso tra i 14 e i 45 anni: un dato significativo che conferma ancora una volta il target di riferimento a cui FAL deve comunicare e verso cui rivolgere le maggiori attenzioni. In merito alle condizioni di impiego dei soggetti, **1 viaggiatore su 2 svolge mansioni impiegate**, un dato in netta crescita rispetto al passato che testimonia come l'uso dei mezzi pubblici si sia intensificato moltissimo anche nelle categorie dei lavoratori. In coerenza con questo aumento, **più di 1 passeggero su 4 usa i mezzi quotidianamente, anche nei giorni festivi**, a testimoniare di come la riduzione dei costi per gli spostamenti delle nostre famiglie sia oggi un aspetto fondamentale per la gestione economica degli individui e la propria sostenibilità.

Il livello di scolarizzazione degli utenti è da classificarsi come medio-alto: **1 passeggero su 2 è in possesso di una licenza media superiore**, accanto a cui vi è una punta del 18,35% di soggetti laureati.

Attese e valutazioni sul servizio erogato

Il giudizio positivo dell'utenza è, su tutte le aree indagate, in netta crescita rispetto al passato, nonostante ci siano ancora ampi margini di miglioramento per portare il livello dei servizi da buono a livelli di eccellenza.

L'area legata al rapporto col personale delle FAL raggiunge, come sempre, ottimi livelli di soddisfazione, confermando ancora una volta come questa una base di positività consolidata per l'azienda. Ulteriori passi in avanti si registrano sui profili di trasparenza e di dialogo con l'utenza, su cui gli investimenti effettuati nell'ultimo biennio stanno dando riscontri sempre più positivi, coltivando con l'utente un canale costante di comunicazione e confronto. Il fattore umano resta, quindi, una delle carte vincenti delle FAL, con **ottimi profili di soddisfazione per cortesia, professionalità e disponibilità all'ascolto.**

A supportare la positività dell'utenza relativamente all'area relazionale, vi è la **grande soddisfazione percepita per il rinnovo imponente del parco mezzi ferroviario e automobilistico**, che nell'ultimo biennio l'azienda ha proposta sia in Puglia che in Basilicata. Il miglioramento sostanziale delle condizioni di viaggio favorisce la crescita di tutti gli altri indicatori, trainando il trend positivo generale.

In merito, invece, ai profili di insoddisfazione si evince come sia **migliorabile la buona manutenzione e pulizia delle stazioni ferroviarie**, che registra una sostanziale continuità con i dati raccolti nel 2013.

L'introduzione dei varchi automatici nella stazione di Bari Centrale, nel solco di una nuova strategia di controllo dell'evasione e della sicurezza delle stazioni e dei mezzi ferroviari, **fa registrare un notevole miglioramento, seppur parziale a livello territoriale, sulle performance di controllo dei tagliandi di viaggio**, fino ad oggi considerato come un aspetto parecchio al di sotto della sufficienza.

SOMMARIO

Premessa	2
Gli scopi della Committenza	3
Obiettivi della ricerca	4
Metodologia e campione	5
Tecnica di rilevazione: intervista “face to face”	7
Il questionario	8
Quote e target	12
Territorio d’indagine	13
La metodologia di verifica di ipotesi	14
Analisi dei dati	15
Risultati - Domande di Ingresso - Descrizione del campione	15
D1. Mezzo di trasporto rilevato	15
D2. Linea dell’intervista	16
D3. Tratta percorsa dal passeggero	17
D4. Luogo dell’intervista	18
D5. Sesso degli intervistati	19
D6. Nazionalità dei rispondenti	20
D7. Residenza degli intervistati	21
D8. Fasce d’età degli intervistati	22
D9. Condizione lavorativa degli intervistati	23
D10. (solo per la categoria studenti) A quale corso di studi Lei è iscritto?	24

D11. Titolo di studio conseguito	25
D12. Frequenza di utilizzo dei mezzi	26
D13. Motivo di utilizzo dei mezzi	27
Test sulla percezione della soddisfazione dei servizi erogati	28
D14. Puntualità del servizio	29
D15. Frequenza nei giorni feriali	30
D16. Copertura delle linee nell'arco delle 24 ore	31
D17. Copertura delle linee in estate	32
D18. Rispondenza degli orari circa le esigenze degli utenti	33
D19. Incastro delle coincidenze	34
D20. Gestione di ritardi, interruzioni o altre emergenze	35
D21. Copertura delle linee nei giorni festivi. (solo per gli utenti dei mezzi su gomma)	36
D22. Rispetto delle fermate previste. (solo per gli utenti dei mezzi su gomma)	37
D23. Disponibilità del personale all'ascolto	38
D24. Cortesia del personale	39
D25. Professionalità del personale	40
D26. Conduzione del mezzo	41
D27. Controllo a bordo dei titoli di viaggio	42
D28. Disponibilità di posti a sedere	43
D29. Efficienza dell'impianto di climatizzazione	44
D30. Pulizia interna dei mezzi	45
D31. Pulizia esterna dei mezzi	46
D32. Sicurezza delle persone e degli oggetti	47
D33. Informazioni su percorsi e fermate (tabelle, mappe)	48
D34. Informazioni sugli orari	49
D35. Informazioni sulle tariffe	50
D36. Informazioni sulle variazioni del servizio	51
D37. Informazioni via web (sito internet)	52
D38. Attività dell'URP	53
D39. Pulizia delle stazioni	54
D40. Illuminazione delle stazioni	55
D41. Funzionamento scale mobili	56
D42. Funzionamento degli ascensori	57
D43. Quadri orari dei mezzi	58
D44. Presenza punti vendita (biglietterie)	59

D45. Funzionamento delle obliterate	60
D46. Informazione sonora	61
D47. Disponibilità del personale a terra	62
D48. Presenza di rastrelliere per biciclette	63
D49. Introduzione dei varchi automatici alla stazione di Bari Centrale	64
D50. Motivazioni al giudizio sull'introduzione dei varchi automatici nella stazione di Bari Centrale	65
D51. Qualità complessiva dell'esperienza di fruizione del servizio FAL negli ultimi 12 mesi	66
D52. Motivazioni al giudizio sulla qualità complessiva dell'esperienza di fruizione del servizio FAL negli ultimi 12 mesi	67
D53. Conoscenza del sito internet FAL	68
D54. Qualità e soddisfazione percepita dal sito internet FAL	69
Conclusioni	70