

Rapporto di ricerca quantitativa

Ferrovie Appulo Lucane

Indagine sulla customer satisfaction – rilevazione 2017

Compilato per:



Dott. Matteo Colamussi
Presidente

Redatto da:

Giovanni Ventrelli : Research manager

14 febbraio 2018

Via Melo, 96 - 70121 BARI

tel +39 080 9909981 / fax +39 080 9147864
web: www.studiorp.it - email: info@studiorp.it
P.IVA 07833540722

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 da parte dell'Azienda di monitorare lo stato dell'arte dei suoi servizi attraverso una costante attività d'indagine per la Customer Satisfaction.

1. 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.**

2. 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.

3. 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	Totale per mezzo
Su rotaia	1.978.216	446.192	2.424.408
Su gomma	1.361.775	1.129.804	2.491.579
Totale per Regione	3.339.991	1.575.996	4.915.987

Tab.2 – Distribuzione percentuale dei passeggeri per Regione

	Puglia	Basilicata
Su rotaia	59%	28%
Su gomma	41%	72%
Totale per Regione	100%	100%

Tab.3 – Distribuzione percentuale dei passeggeri per mezzo

	Puglia	Basilicata	Totale per Mezzo
Su rotaia	82%	18%	100%
Su gomma	55%	45%	100%

Tab.4 – Distribuzione percentuale dei passeggeri totale

	Puglia	Basilicata
Su rotaia	40%	9%
Su gomma	28%	23%

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** $d/2 = 0,0439$ (ossia intervalli di confidenza per l'intera popolazione con un'approssimazione entro $\pm 4,39\%$ rispetto al risultato campionario), bisognerebbe selezionare un campione casuale di

$$n = \frac{0,25 \cdot z_{\alpha/2}^2}{(d/2)^2} + 1 \cong 500 \text{ unita'}$$

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** $d/2 = 0,0439$ e prevedendo la massima variabilità campionaria dei caratteri delle cui modalità si sono volute stimare le percentuali, ponendo pertanto $f = 0,5$.

4. 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.**

5. 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 CRM 2017

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 principale 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 obliterate	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. 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 51**)

50. (per chi NON ha risposto 4 alla domanda 49) Per quale motivo?

Fonti di informazione, alfabetizzazione informatica e direct marketing

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

1. Sì, lo visito giornalmente
2. Sì, lo visito una o più volte la settimana
3. Sì, lo visito occasionalmente
4. Sì ma non l'ho mai visitato (**vai a Domanda 63**)
5. No (**vai a Domanda 63**)

52. Principalmente per quali motivi visita il sito internet delle FAL (max 3 risposte):

1. Consultazione di orari e tariffe
2. Acquisto di biglietti on-line
3. Ricerca dei punti vendita fisici
4. Ricerca di news e comunicazioni di servizio
5. Ricerca di contatti delle FAL (indirizzi, telefoni, persone, mail)
6. Altro (specificare): _____

Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti del sito internet delle FAL secondo una scala di valori così definita:

Per niente 1 2 3 4 Molto

53	Servizio di bigliettazione on-line	1	2	3	4
54	Funzione di ricerca delle tratte ferroviarie ed automobilistiche	1	2	3	4
55	Aggiornamento delle informazioni	1	2	3	4
56	Completezza delle informazioni	1	2	3	4
57	Chiarezza dei contenuti	1	2	3	4
58	Chiarezza del linguaggio	1	2	3	4
59	Facilità di navigazione	1	2	3	4
60	Aspetto grafico	1	2	3	4
61	Idoneità del sito a soddisfare le esigenze degli utenti	1	2	3	4
62	Sito internet delle FAL nel suo complesso	1	2	3	4

63. E' a conoscenza dell'attività di Assistenza ai Clienti che le FAL effettuano attraverso la propria pagina Facebook ufficiale?

1. Sì, ne ho usufruito
2. Sì ma non ne ho mai usufruito (**vai a Domanda 70**)
3. No (**vai a Domanda 70**)

Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti dell'attività di Assistenza ai Clienti che le FAL effettuano attraverso la propria pagina Facebook ufficiale secondo una scala di valori così definita:

Per niente

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

 Molto

64	Rapidità degli operatori nel fornire assistenza	1	2	3	4
65	Completezza delle informazioni	1	2	3	4
66	Chiarezza dei contenuti	1	2	3	4
67	Gentilezza dell'operatore che fornisce assistenza	1	2	3	4
68	Idoneità del servizio a soddisfare le esigenze degli utenti	1	2	3	4
69	Attività di Assistenza Clienti delle FAL nel suo complesso	1	2	3	4

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

71. E' a conoscenza della possibilità di acquistare un biglietto unico emesso in collaborazione da FAL e dalle Ferrovie del Nord Barese (Ferrotramviaria) che permette di raggiungere l'aeroporto di Bari Palese attraverso il servizio ferroviario?

1. Sì, ne ho usufruito
2. Sì ma non ne ho mai usufruito
3. No

72. E' a conoscenza del servizio di velostazione per il noleggio di biciclette posto all'interno della stazione ferroviaria FAL di Bari Centrale in Corso Italia?

1. Sì, ne ho usufruito (**vai a domanda 73**)
2. Sì ma non ne ho mai usufruito (**vai a domanda 73**)
3. No (RINGRAZIARE E CHIUDERE L'INTERVISTA)

73. Attraversi quali mezzi è venuto a conoscenza del servizio di velostazione per il noleggio di biciclette posto all'interno della stazione ferroviaria FAL di Bari Centrale in Corso Italia?

1. Tv
2. Radio
3. Social network
4. Affissioni stradali
5. Stampa (quotidiani cartacei)
6. Siti web (quotidiani on line, blog, altri siti)
7. Visitando la stazione stessa
8. Passaparola
9. Altro

(ATTENZIONE: solo per chi ha risposto cod.1 a D.72)

74. Dopo averlo utilizzato, quanto è stato soddisfatto del servizio di velostazione per il noleggio di biciclette posto all'interno della stazione ferroviaria FAL di Bari Centrale in Corso Italia secondo una scala di valori così definita:

Per niente

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

 Molto

75. Nelle stazioni FAL, a partire da quella di Bari Centrale, sono stati installati negli ultimi 2 anni i tornelli automatici di accesso alle banchine. Quanto è soddisfatto di questa innovazione secondo una scala di valori così definita:

Per niente

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

 Molto

RINGRAZIARE E CHIUDERE

6. Quote e target

Campione: 503 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;

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

Periodo di rilevazione: dal 11/12/17 al 15/12/17

Percentuale di significatività: 95%

Margine di errore: 4,39 %

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 mezzi);

7. 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.

		Mezzo di trasporto	
		Mezzo su rotaia	Mezzo su gomma
Linea dell'intervista	Altamura - Avigliano	5	4
	Avigliano - Potenza	55	6
	Bari - Matera	37	17
	Bari - Palo - Toritto	16	67
	Matera - Montalbano J.	-	69
	Matera - Montescaglioso	-	42
	Potenza - Laurenzana	-	46
	Bari - Altamura - Matera	51	62
	Matera - Ferrandina	3	23
	Totale	167	336

(valori riportati in assoluto)

8. 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"

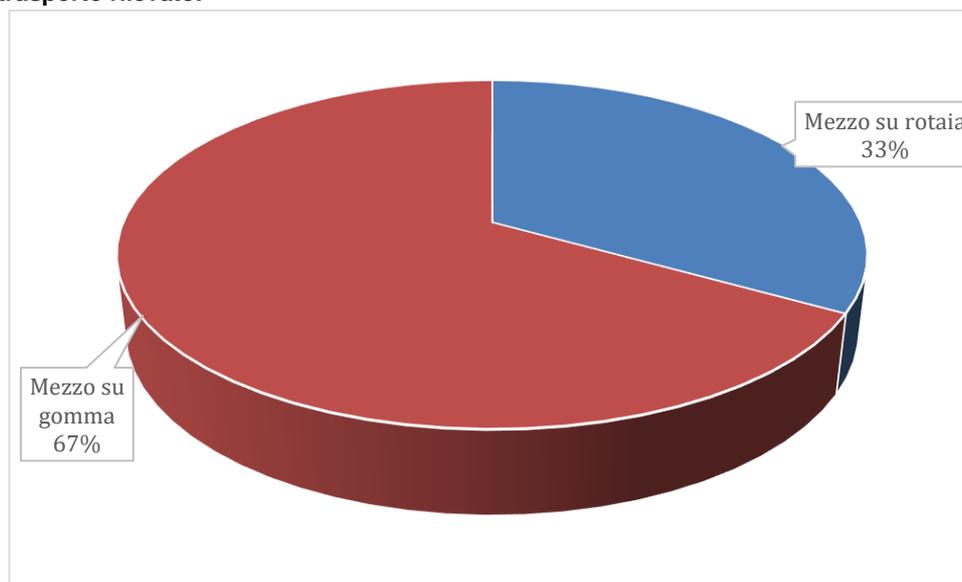
$$M^2 = (2n-1)r^2$$

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 c 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").

9. Analisi dei dati

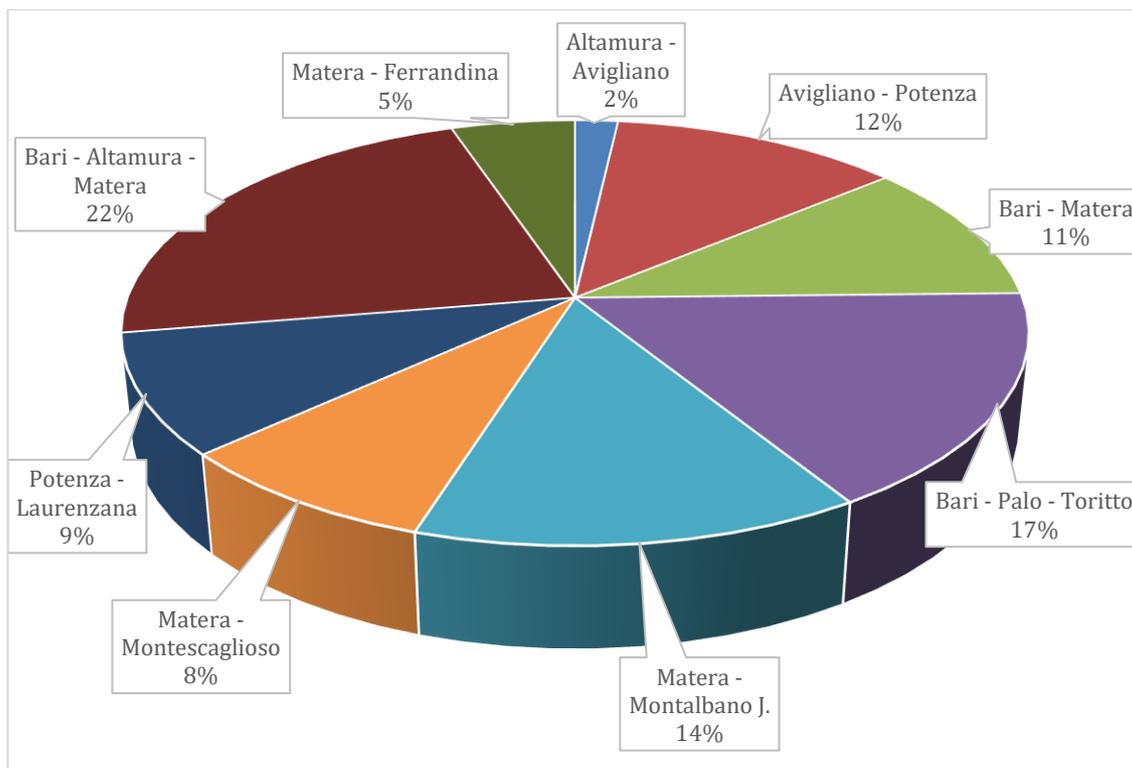
Dati sulla linea

D1. Mezzo di trasporto rilevato.



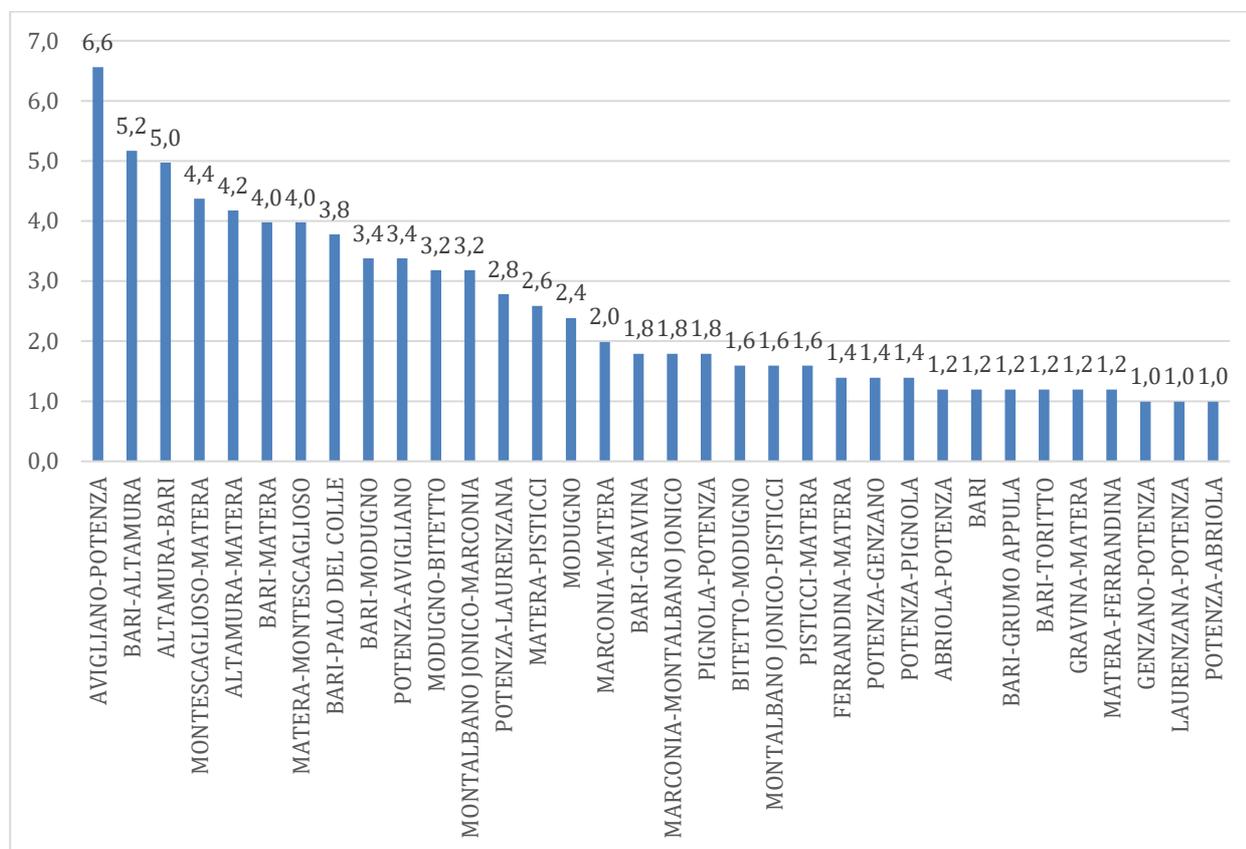
Il campione analizzato si distribuisce in percentuale maggiore nella fruizione del servizio di trasporto automobilistico, rispetto a quello ferroviario offerto dalle Ferrovie Appulo Lucane.

D2. Linea dell'intervista.

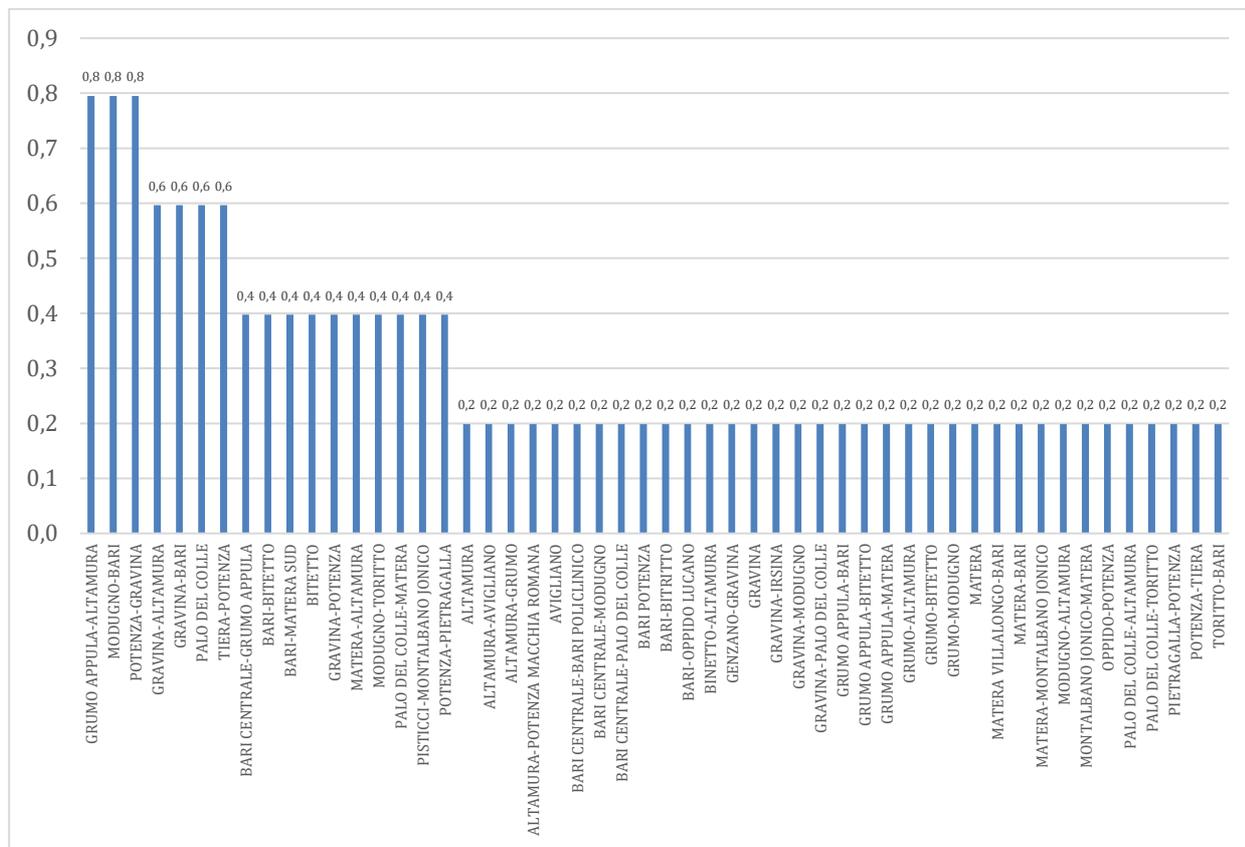


L'indagine ha coinvolto le tratte di principale interesse, selezionate in base alla più alta concentrazione di passeggeri.

D3. Tratta percorsa dal passeggero.



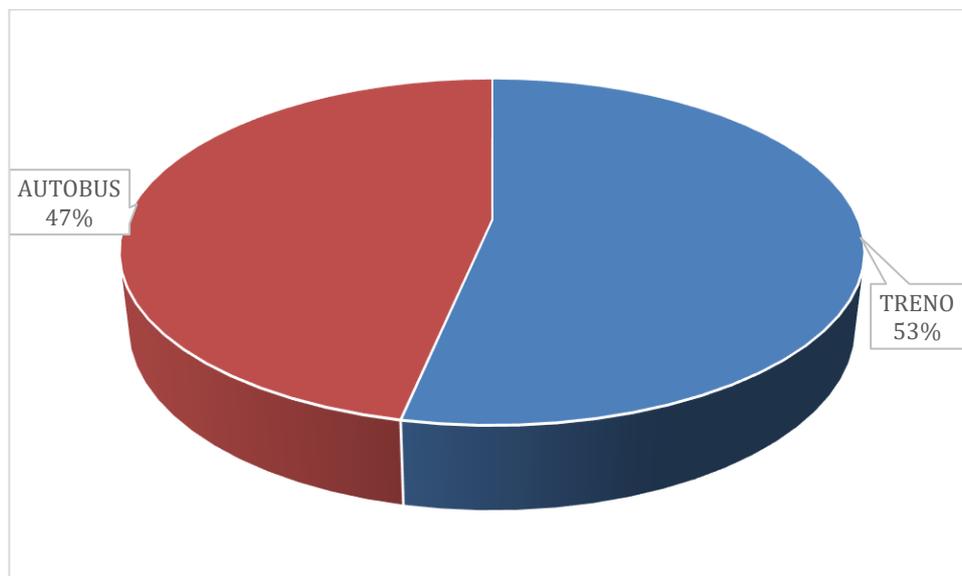
(Valori espressi in % superiore o uguale ad 1 punto percentuale)



(Valori espressi in % inferiore ad 1 punto percentuale)

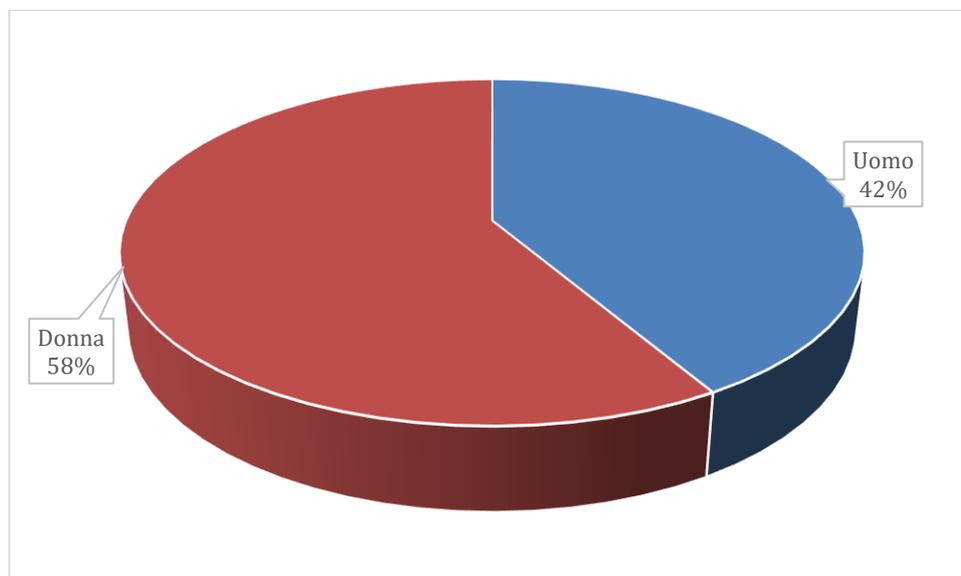
Le tratte con maggior flusso di passeggeri sono quelle comprese tra Avigliano e la tratta Bari-Altamura in entrambi i sensi di percorrenza.

D4. Luogo dell'intervista.



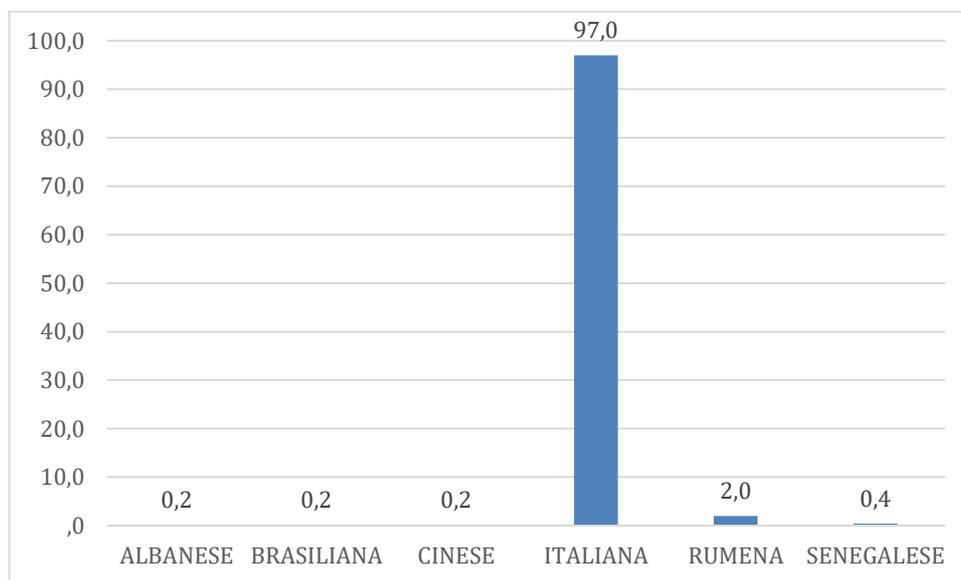
Agli utenti FAL coinvolti nell'indagine è stato chiesto di rispondere ad alcune domande poste dall'intervistatore direttamente **in loco (sui mezzi o nelle stazioni/fermate), durante la fruizione del servizio. Le interviste hanno avuto luogo nella gran parte in autobus e in treno, dove il cliente sosta più a lungo.**

D5. Sesso degli intervistati.



I partecipanti alla ricerca sono stati in prevalenza di sesso femminile.

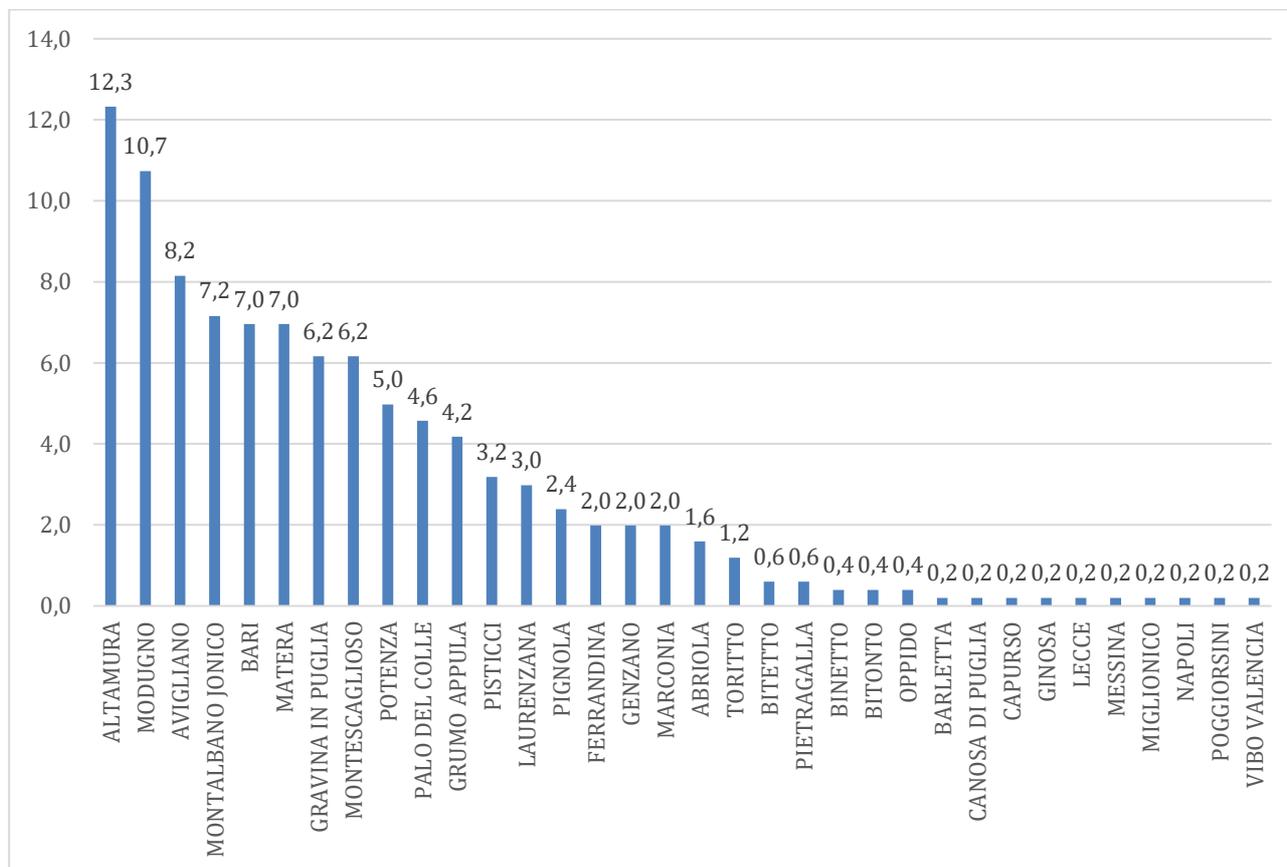
D6. Nazionalità dei rispondenti.



(Valori espressi in termini %)

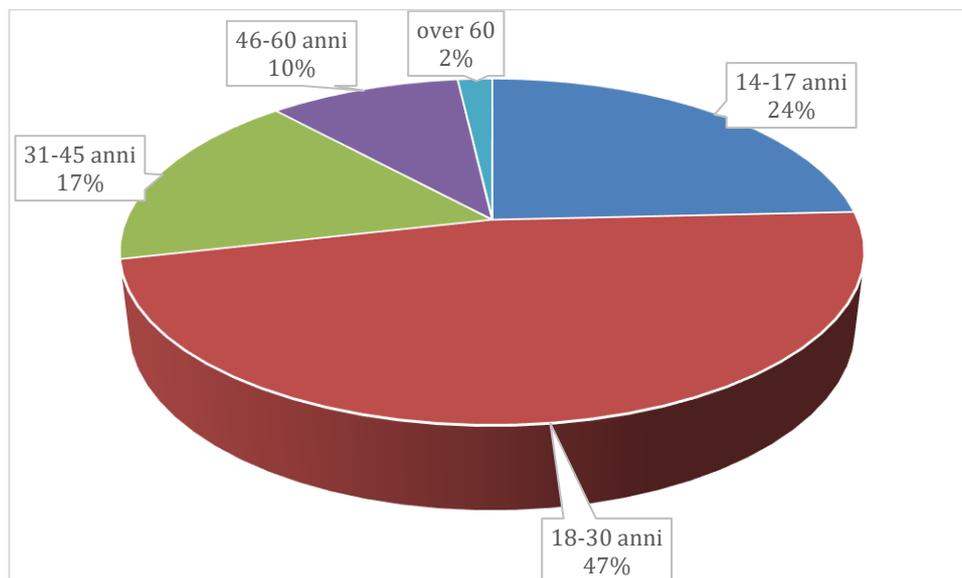
I rispondenti sono, nella quasi totalità, di nazionalità italiana.

D7. Residenza degli intervistati.



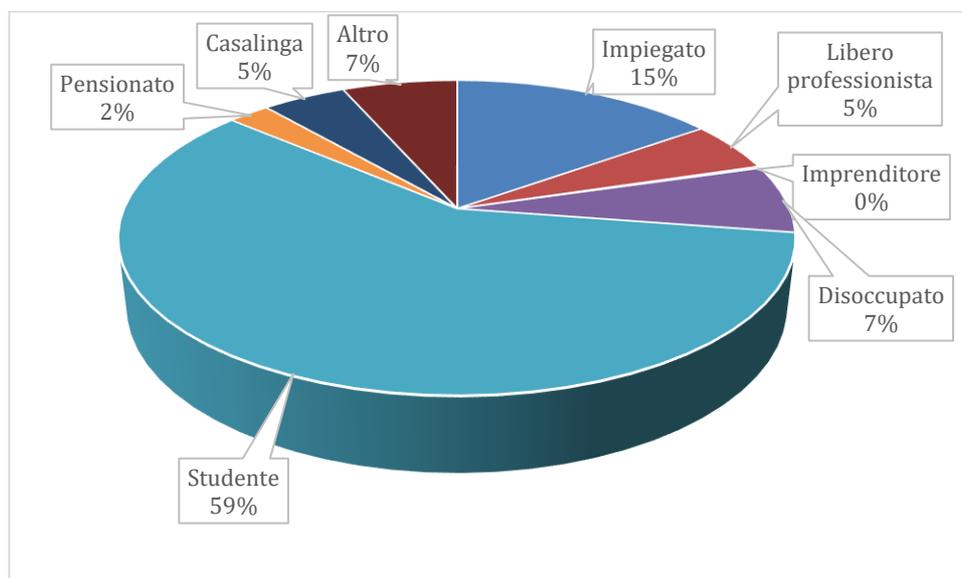
Dalla tabella si evince che l'utenza delle Ferrovie Appulo Lucane risiede in alta percentuale presso i comuni di **Altamura, Modugno, Avigliano, Montalbano Jonico, Bari, Matera, Gravina in Puglia, Montescaglioso**; in accordo con le tratte di maggiore percorrenza.

D8. Fasce d'età degli intervistati.



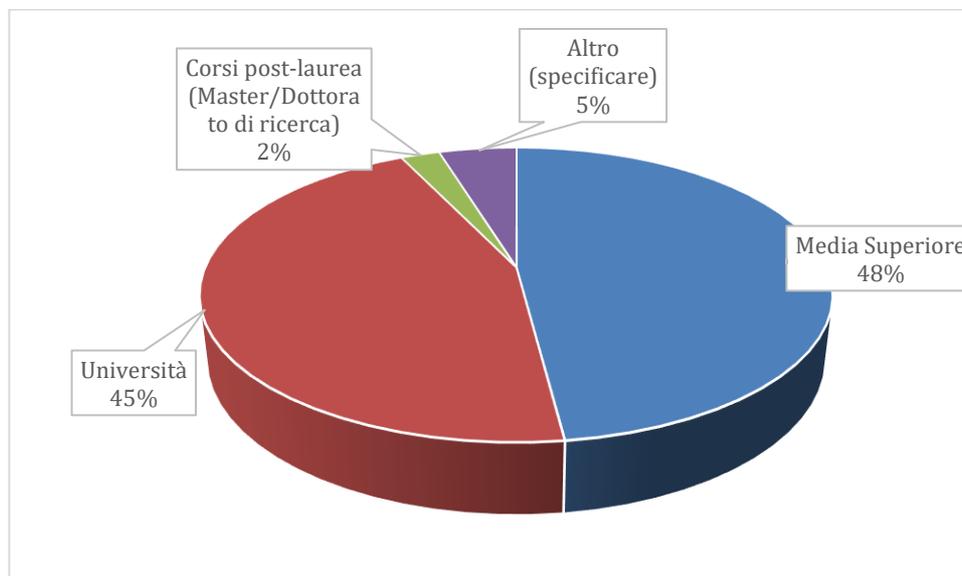
Sono i ragazzi compresi nella fascia d'età **18-30 anni** i **maggiori beneficiari delle reti ferroviarie e stradali gestite dal FAL**.
Questi dati sono assolutamente in linea con lo storico dell'azienda.

D9. Condizione lavorativa degli intervistati.



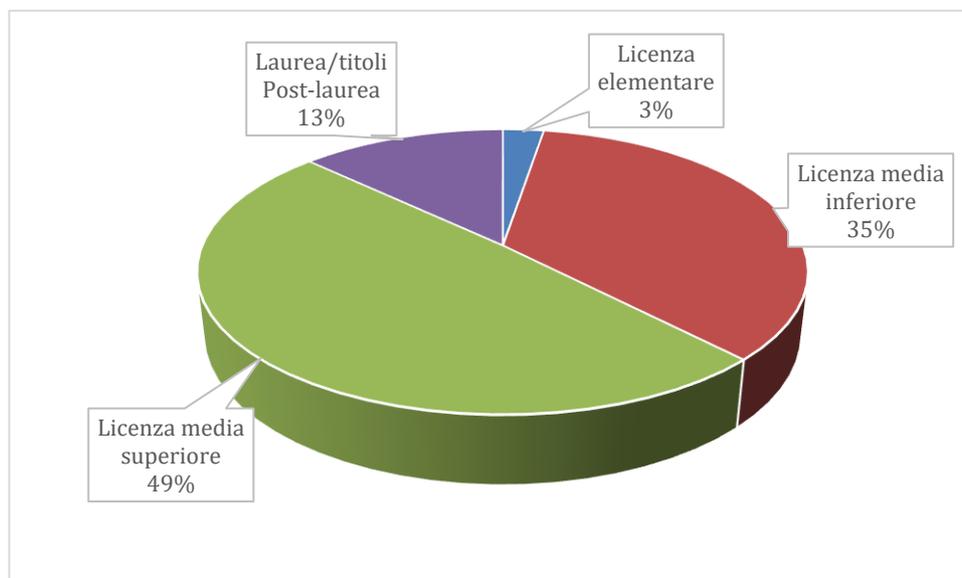
Come ipotizzabile dalle fasce d'età, gli utilizzatori più assidui del servizio sono studenti seguiti in modo consistente da un'utenza che vede come protagonisti gli impiegati.

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



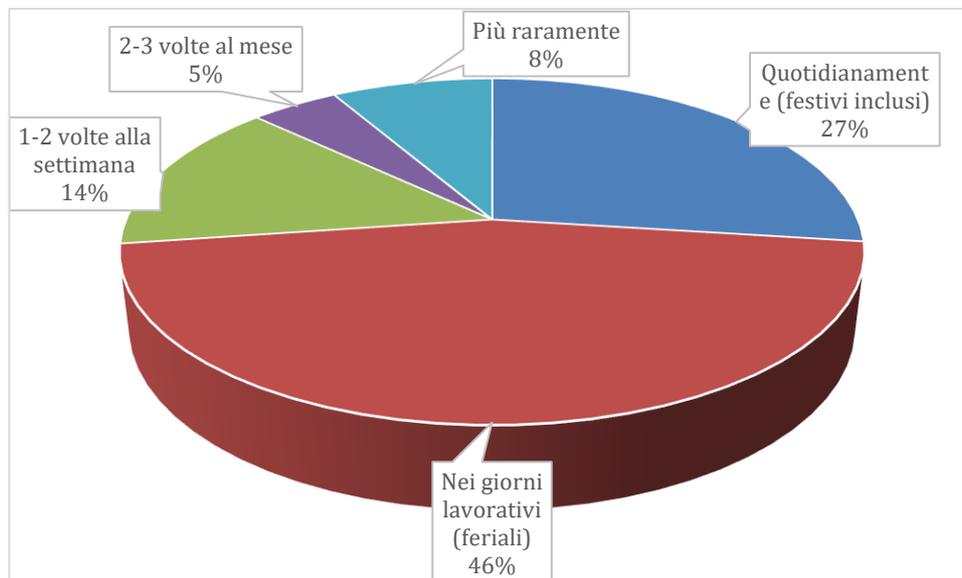
Concentrando l'attenzione sui principali fruitori del servizio, si può osservare che nel 45% dei casi si tratta di studenti universitari e nel 48% di studenti di scuola media superiore. Nei periodi di frequenza delle lezioni universitarie, infatti, le percentuali si spostano a favore di questa categoria di studenti.

D11. Titolo di studio conseguito.



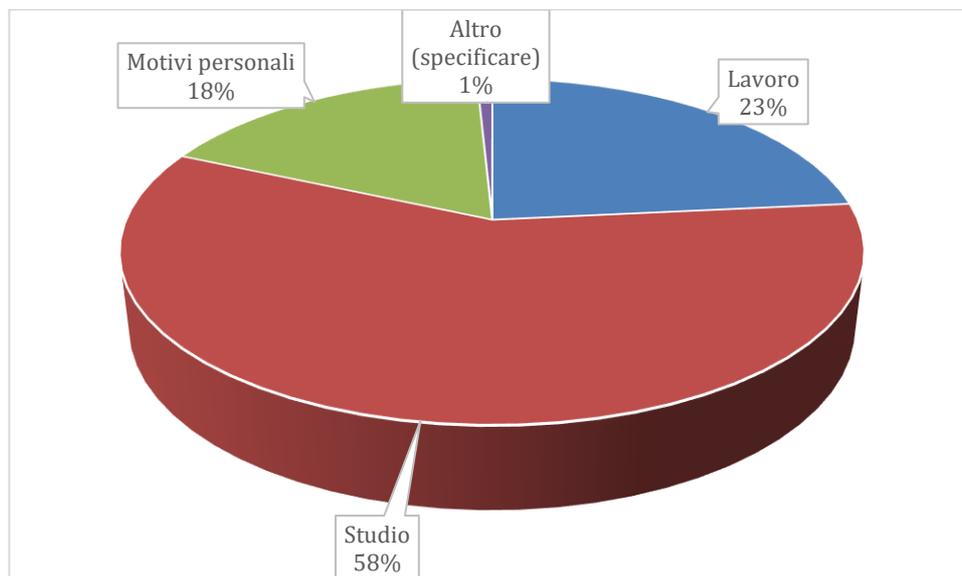
Il titolo di studio maggiormente posseduto dai passeggeri del servizio FAL è la licenza media superiore. Dopo il conseguimento della laurea si registra una minore incidenza dell'utilizzo del mezzo di trasporto. I laureati e i possessori di titoli post laurea si avvalgono dei trasporti FAL solo nel 13% dei casi, registrando un dato in leggera diminuzione rispetto all'ultima rilevazione del 2016. È interessante osservare come, la diminuzione da parte dei laureati/post-laurea è compensata da una crescita pari al 35% degli studenti di scuole medie inferiori.

D12. Frequenza di utilizzo dei mezzi.



La frequenza di utilizzo del mezzo si concentra sempre di più nei giorni lavorativi. Emerge però dai dati che una percentuale decrescente rispetto al 2016, pari al 27%, si avvale del servizio quotidianamente, compresi i giorni festivi.

D13. Motivo di utilizzo dei mezzi.



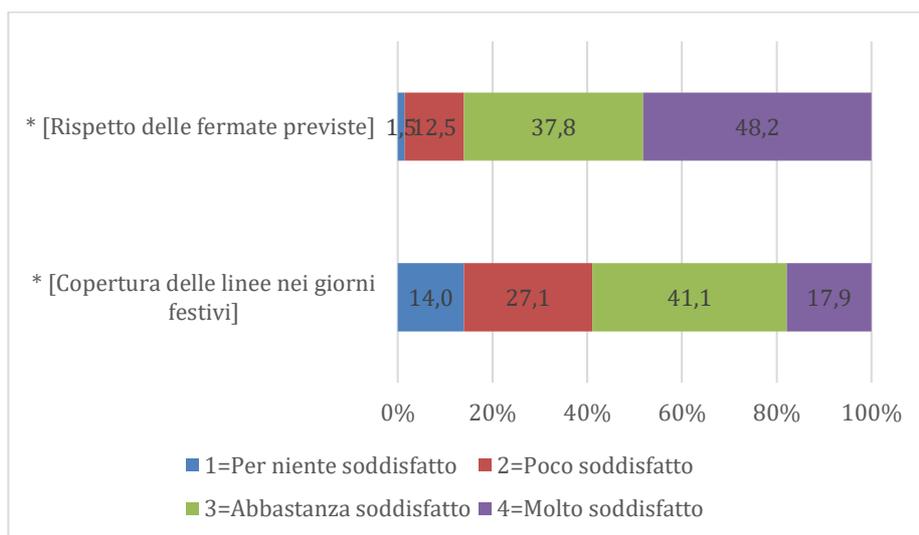
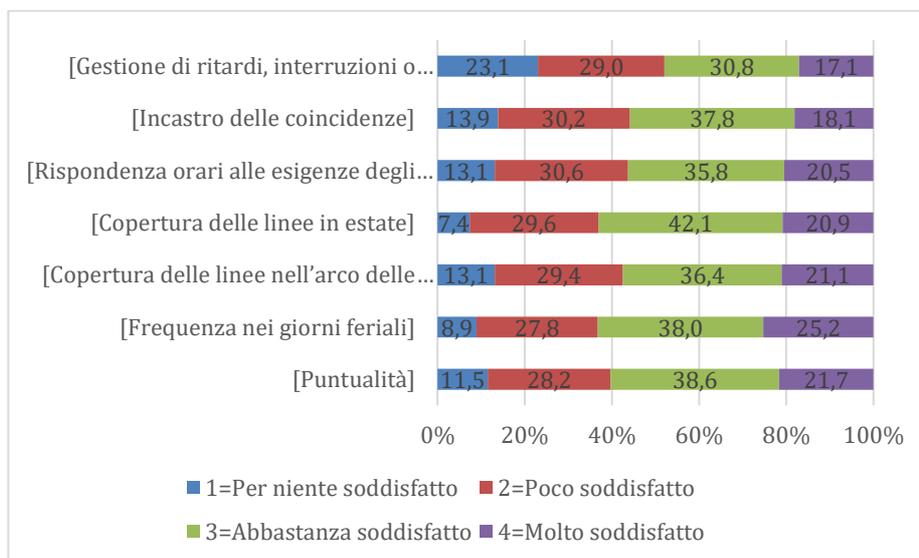
In coincidenza con quanto emerso dal grafico relativo alle fasce d'età e alle professioni svolte, il target abituale delle **FAL** utilizza il mezzo di trasporto per ragioni di studio e di lavoro.

9.1. 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".

9.1.1. Gestione delle linee

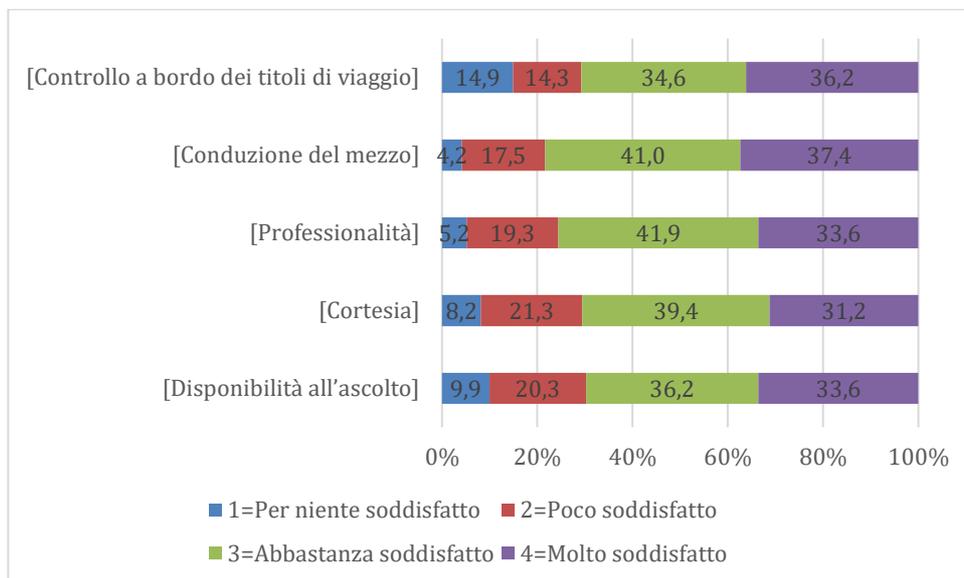


(* Domande su base campionaria filtrata – solo per utenti su gomma)

L'utenza si ritiene abbastanza soddisfatta sotto tutti gli aspetti legati alla soddisfazione dei servizi erogati con un balzo in avanti per quanto concerne l'aspetto della copertura delle linee in estate, registrando un 42%.

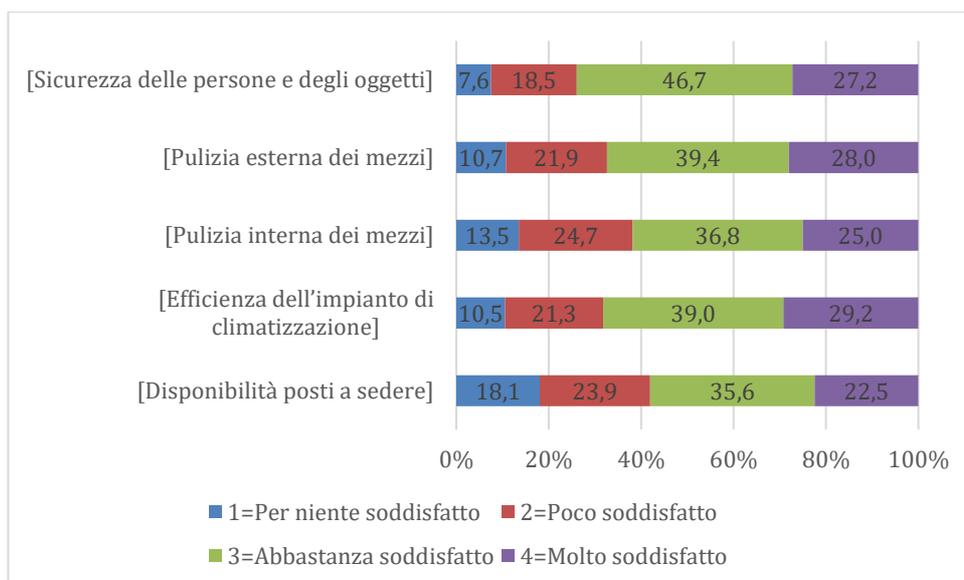
Interessante è l'aspetto per l'utenza su gomma che, per il 48% si ritiene molto soddisfatto per il rispetto delle fermate previste.

9.1.2. Personale delle Ferrovie Appulo Lucane



L'utenza riscontra in modo abbastanza soddisfacente, un personale professionale e cortese, **con una spiccata attenzione nella conduzione del mezzo (circa il 78%), si attesta in maniera stabile rispetto alla precedente rilevazione il controllo dei titoli di viaggio, questo significa una sicurezza costante percepita da parte del viaggiatore.**

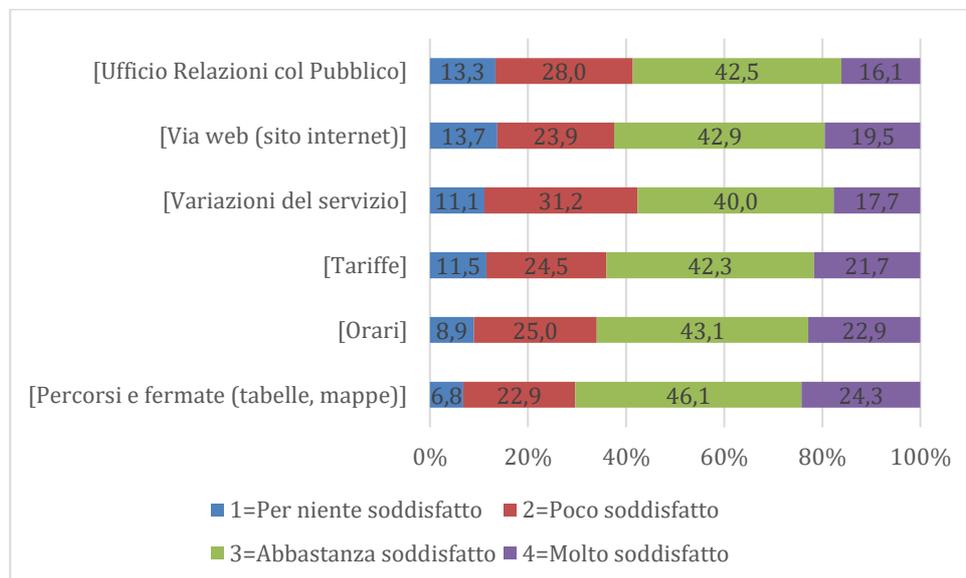
9.1.3. Comfort del servizio



I mezzi circolanti delle FAL sono reputati accoglienti sia in inverno sia in estate (circa il 70%) coadiuvati da una buona pulizia interna ed esterna.

La sicurezza percepita ha ricevuto circa cinque punti percentuale in più rispetto la precedente rilevazione (circa 74%).

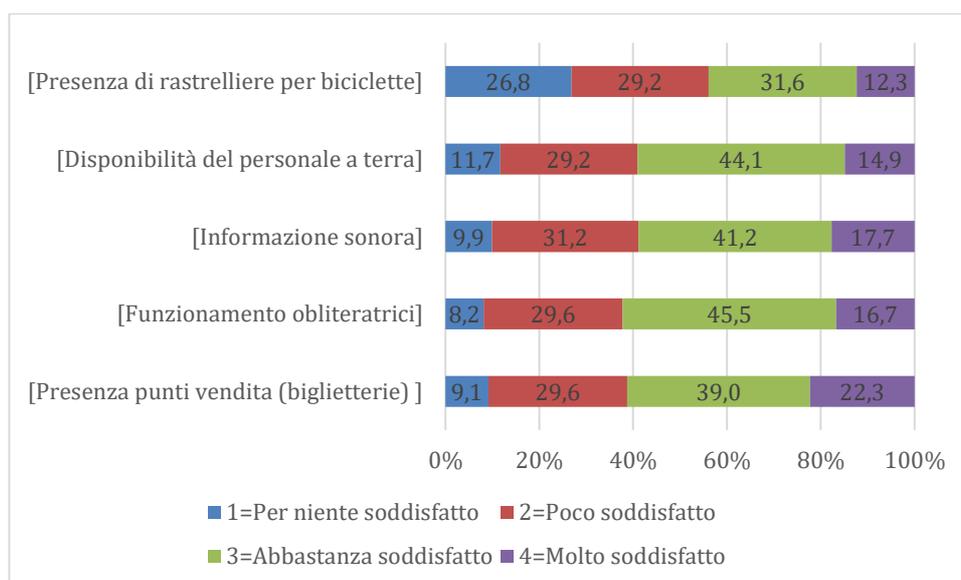
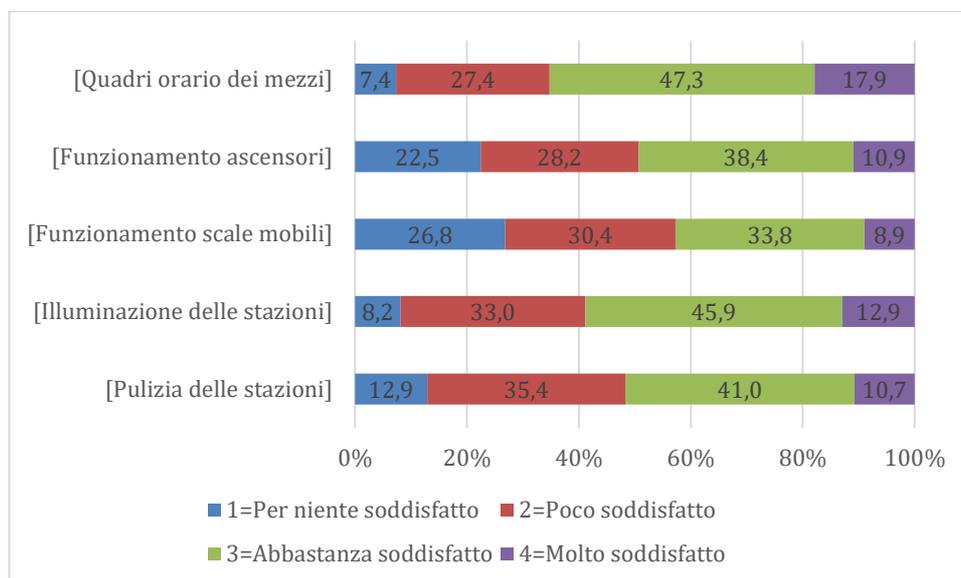
9.1.4. Informazioni a disposizione del pubblico



La fotografia delle informazioni che la FAL vuole trasmettere è percepita in modo abbastanza soddisfacente da parte dell'utenza.

Spiccano tra tutte le informazioni riguardanti percorsi e fermate, orari e tariffe con un 67% medio; gli aspetti invece che non raggiungono il 60% sono l'ufficio relazioni col pubblico e le variazioni del servizio; in particolare, l'aspetto legato alle variazioni del servizio, l'utenza reputa per un 31% il servizio poco soddisfacente.

9.1.5. Servizi a terra



Le stazioni per gli utenti sono da considerarsi un luogo di accoglienza e comfort, pertanto è necessario che soddisfino gli indicatori di qualità di maggior peso: la pulizia e il decoro. Soddisfazione e non soddisfazione per questo aspetto si dividono equamente, motivo per cui è questa un'area con ampi margini di miglioramento i valori riscontrati, sono rimasti pressoché invariati dalla precedente rilevazione.

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 46% di essi è abbastanza soddisfatto di questo aspetto e il 13% è molto soddisfatto, contro un 33% che trova l'illuminazione delle stazioni piuttosto scarsa e un 8% che la trova molto scarsa.

Si riscontra una percentuale di rispondenti (pari al 56%) che indica di non essere soddisfatto del funzionamento delle scale mobili.

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, il sondaggio rileva una spaccatura tra soddisfazione e insoddisfazione, aspetto quindi migliorabile per il suo potenziale.

La facilità di accesso alle informazioni di viaggio costituisce un punto di forza del servizio offerto. La soddisfazione percepita è in crescita rispetto alla precedente rilevazione.

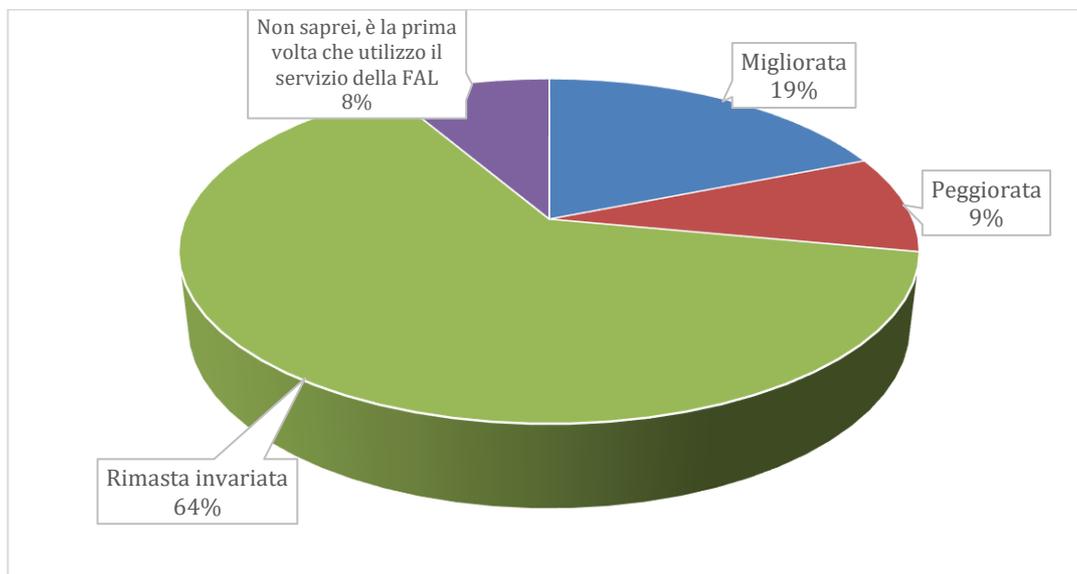
Il dato sui punti vendita è leggermente in crescita dalla precedente rilevazione (circa 1 punto percentuale) tenendo comunque alto il livello di soddisfazione con il 39% di utenti abbastanza soddisfatti e il 22% di utenti molto soddisfatti.

Per il 46% dei clienti la presenza di tali strumenti è abbastanza soddisfacente e per il 16% molto soddisfacente, registrando un aspetto costante rispetto alla precedente rilevazione.

L'essere a disposizione del cliente sia all'interno delle infrastrutture che sui mezzi rappresenta un must dell'azienda. Il profilo di soddisfazione complessiva di questo aspetto si attesta su valori positivi.

L'informazione sonora viene percepita in maniera piuttosto alta dall'utenza; al contrario le rastrelliere per biciclette hanno subito un declino rispetto alla precedente rilevazione.

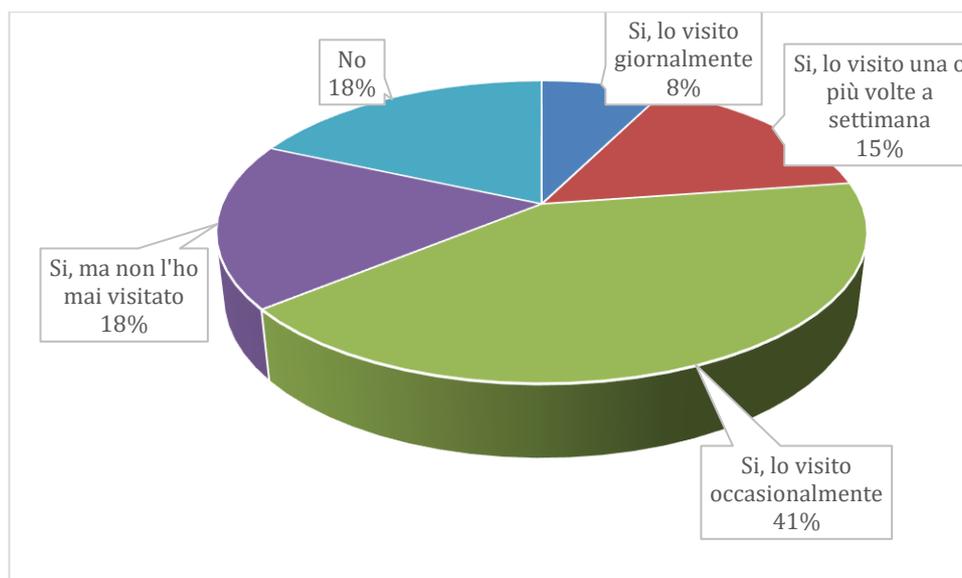
D49. Lei ritiene che, negli ultimi 12 mesi, la sua esperienza di fruizione del servizio delle FAL sia:



Per circa il 64% degli utenti la qualità dell'esperienza di fruizione del servizio è rimasta invariata negli ultimi 12 mesi, un dato che attesta un'accresciuta costanza del trend di performance di FAL.

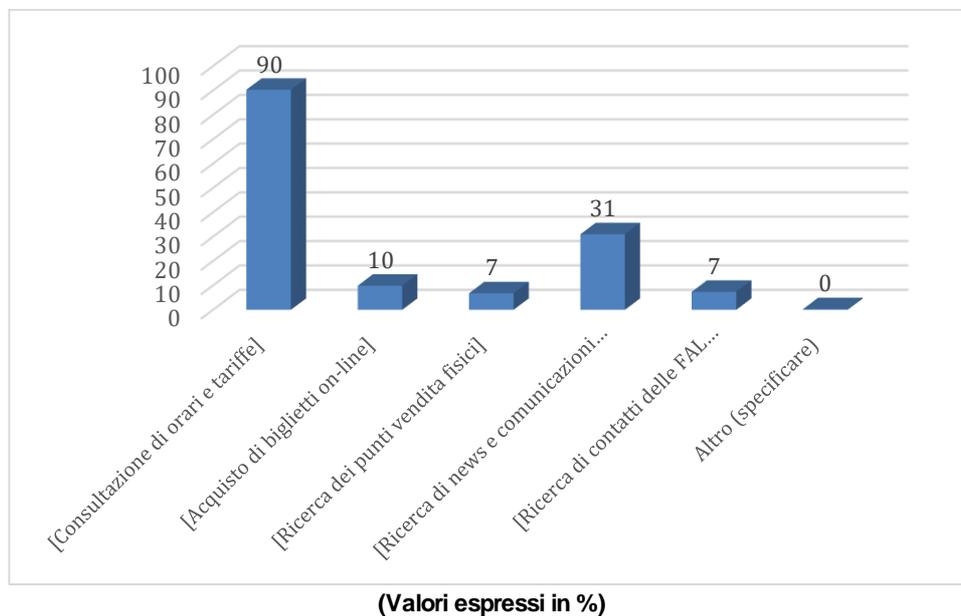
Sito Internet FAL

D51. Conoscenza del sito internet FAL



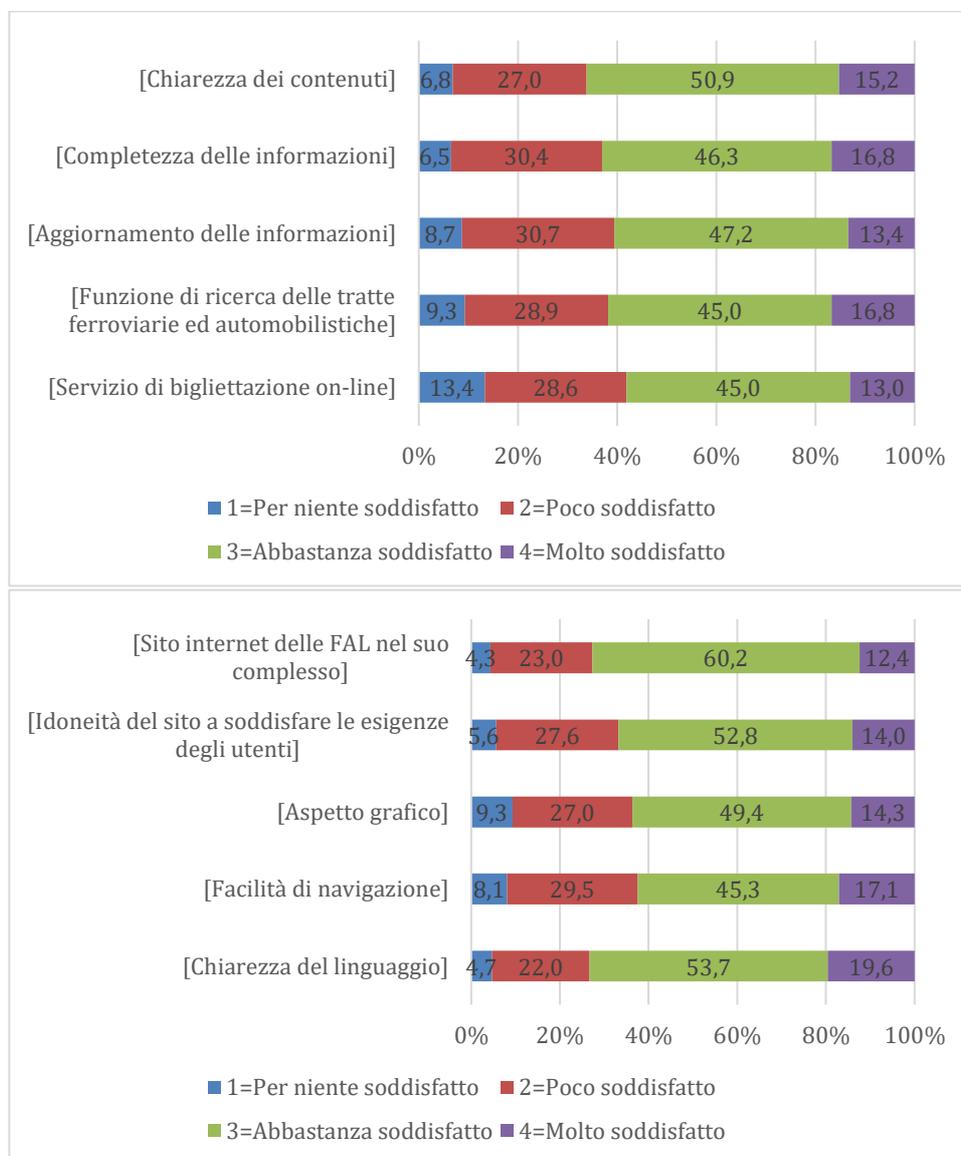
La grande maggioranza degli utenti conosce il sito web ufficiale dell'azienda. Solo il **18% degli intervistati non ne è a conoscenza**, mentre il **64% lo visita spesso (quotidianamente, occasionalmente o almeno una volta a settimana)**.

D52. Sito internet FAL: Per quali motivi visita il sito FAL.



La quasi totalità degli intervistati visita il sito web FAL per la consultazione di orari e tariffe, che è quindi la funzione di primaria importanza di questo strumento di comunicazione.

9.1.6. Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti del sito internet delle FAL



Più del 58% di utenti si ritiene soddisfatto del sistema di acquisto ticket online, che tuttavia presenta un'area di insoddisfazione su cui vi sono ampi margini di miglioramento.

La funzione di ricerca delle tratte è giudicata con soddisfazione da quasi il 60% degli intervistati, con anch'essa buoni margini di miglioramento nell'area dell'insoddisfazione parziale (28% i poco soddisfatti).

Più di 5 utenti su 10 giudicano il sito web aggiornato di frequente e al passo con l'attualità del mondo FAL. Tuttavia, il 31% si ritiene poco soddisfatto e chiede maggiori sforzi in tal senso.

Come per i precedenti item, anche per quello che riguarda la completezza delle informazioni pubblicato sul sito web FAL il grado di soddisfazione si attesta a circa il 60%, con un buon margine di miglioramento per il 30% di utenti poco soddisfatti. La chiarezza dei contenuti del sito web FAL è aspetto valutato positivamente dal 66% degli utenti, dato in crescita rispetto al passato.

Il linguaggio utilizzato sul sito web FAL è chiaro per circa il 70% degli utenti, con un buon dato di soddisfazione complessiva. La navigazione è semplice e facile per più del 60% degli utenti, con buoni margini di miglioramento sui 29% di utenti poco soddisfatti.

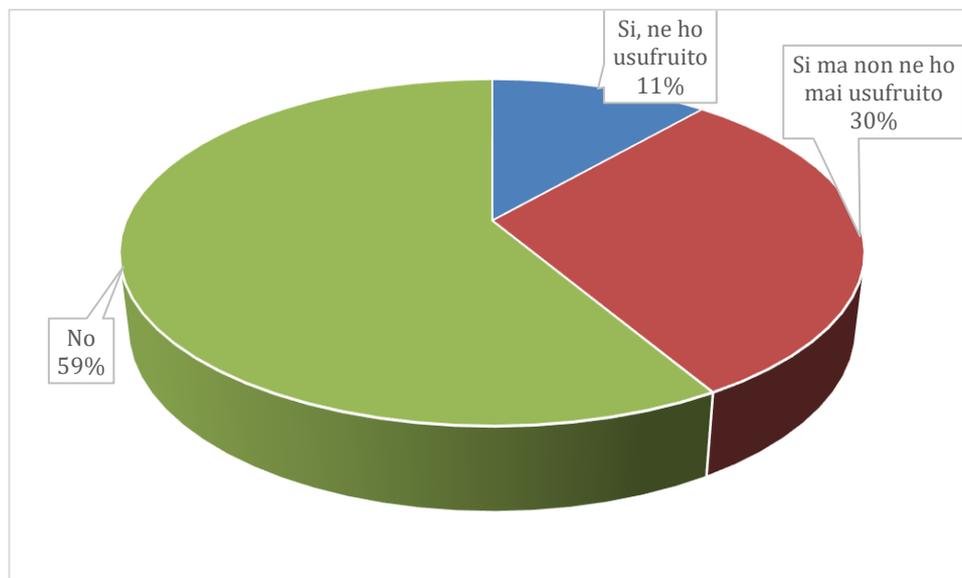
Il 64% degli utenti è soddisfatto dell'aspetto grafico del sito web, migliorabile soprattutto per il 27% degli intervistati poco soddisfatti.

Circa il 66% degli utenti ritiene il sito web FAL idoneo a soddisfare i propri bisogni, con una richiesta costante di miglioramenti nel prossimo futuro.

Nel complesso, il sito web soddisfa più di 6 utenti su 10. Il 23% degli intervistati è poco soddisfatto e, quindi, carico di una buona dose di aspettative per il prossimo futuro.

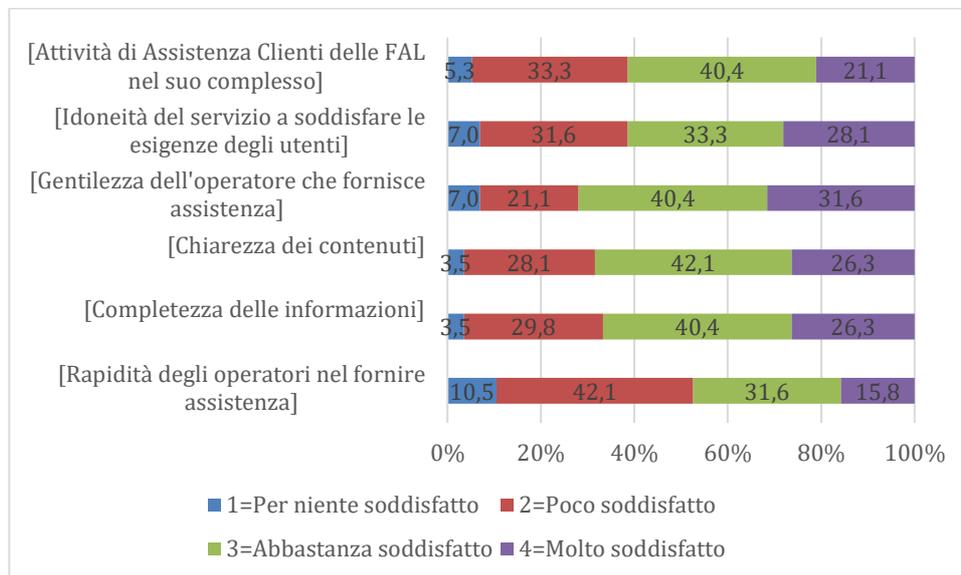
Pagina Facebook Ufficiale

D63. Attività di Assistenza Clienti FAL sulla pagina Facebook ufficiale.



Il 59% degli intervistati non è a conoscenza dell'attività di Assistenza Clienti, aspetto quindi poco pubblicizzato e **spunto di miglioramento**.

Quanto è soddisfatto dei seguenti aspetti dell'attività di Assistenza ai Clienti che le FAL effettuano attraverso la propria pagina Facebook ufficiale



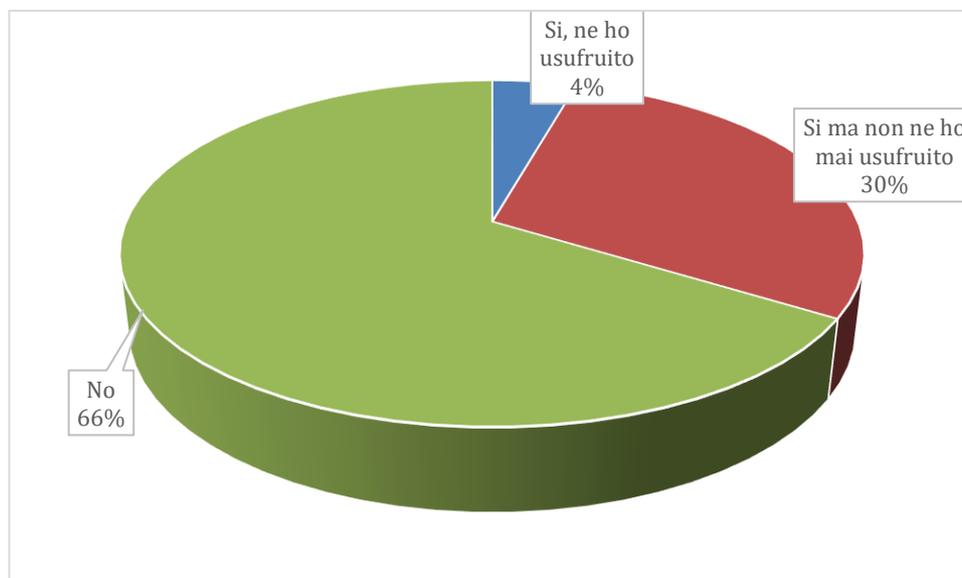
La soddisfazione in merito alla rapidità dell'assistenza si suddivide quasi equamente tra soddisfatti e non soddisfatti, seppur con un 42% di poco soddisfatti che dimostra come questo aspetto sia assolutamente migliorabile nel prossimo futuro.

6 utenti su 10 giudicano complete le informazioni pubblicate da FAL sulla propria pagina Facebook.

La chiarezza del linguaggio utilizzato da FAL su Facebook è certificato dal dato molto positivo proveniente da quasi 7 utenti su 10.

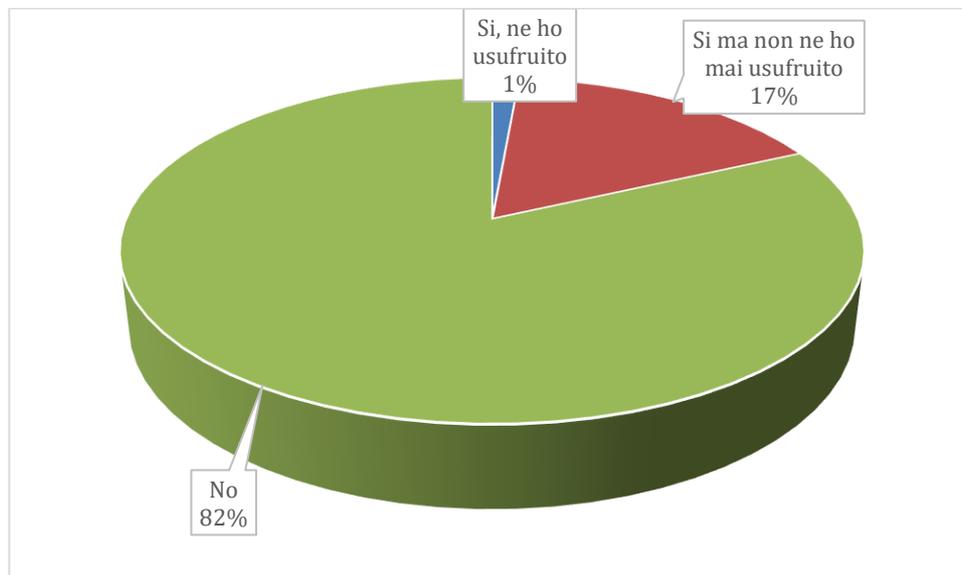
L'attività di assistenza clienti, nel complesso, raggiunge un grado di soddisfazione pienamente positivo che supera il 60% degli utenti soddisfatti, punto a sfavore è la rapidità degli operatori nel fornire assistenza che ha un grado del 42% di insoddisfazione.

D71. È a conoscenza della possibilità di acquistare un biglietto unico emesso in collaborazione da FAL e dalle Ferrovie del Nord Barese (Ferrotramviaria) che permette di raggiungere l'aeroporto di Bari Palese attraverso il servizio ferroviario?



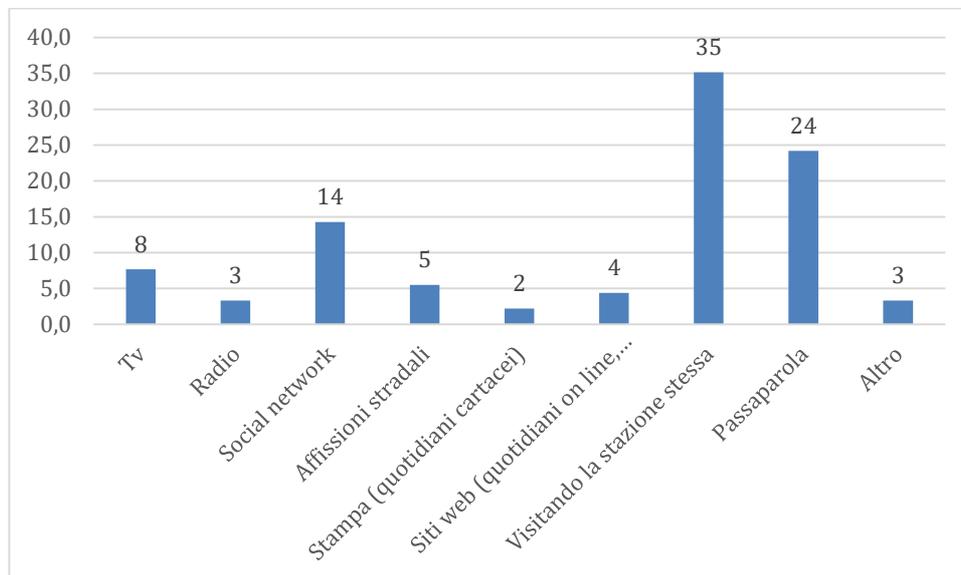
L'utenza per oltre il 60% non è a conoscenza della possibilità dell'acquisto del biglietto unico, imputabile probabilmente ad una scarsa pubblicizzazione.

D72. È a conoscenza del servizio di velostazione per il noleggio di biciclette posto all'interno della stazione ferroviaria FAL di Bari Centrale in Corso Italia?



Anche in questo caso la quasi totalità (82%) degli intervistati non è a conoscenza del servizio di velostazione.

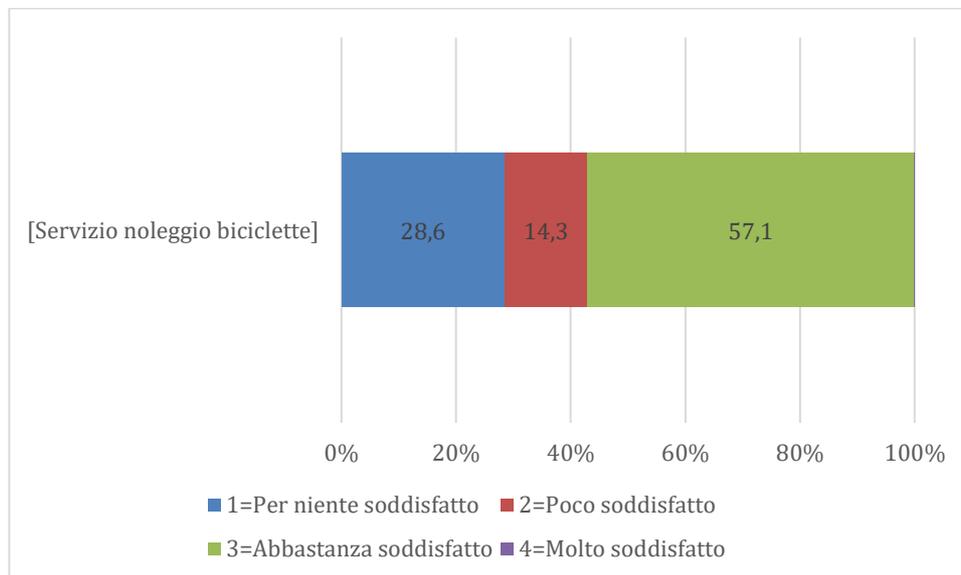
D73. Attraversi quali mezzi è venuto a conoscenza del servizio di velostazione per il noleggio di biciclette posto all'interno della stazione ferroviaria FAL di Bari Centrale in Corso Italia?



(Valori espressi in %)

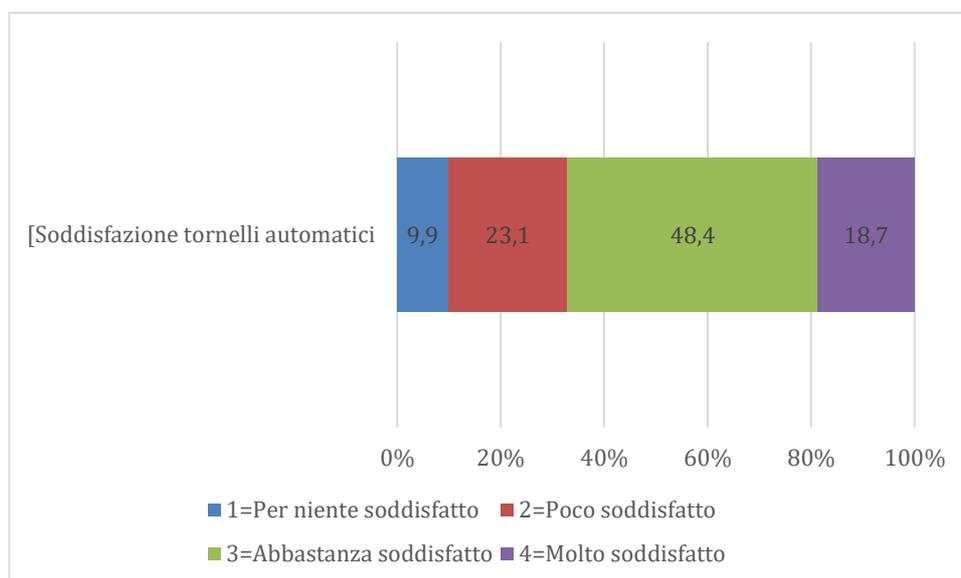
La maggior parte degli intervistati, è a conoscenza del servizio di velostazione grazie al passaparola per un 24% e visitando la stazione stessa per un 35%.

D74. Dopo averlo utilizzato, quanto è stato soddisfatto del servizio di velostazione per il noleggio di biciclette posto all'interno della stazione ferroviaria FAL di Bari Centrale in Corso Italia



Gli intervistati che hanno usufruito del servizio di velostazione, si ritiene abbastanza soddisfatto per un 57%.

D75. Nelle stazioni FAL, a partire da quella di Bari Centrale, sono stati installati negli ultimi 2 anni i tornelli automatici di accesso alle banchine. Quanto è soddisfatto di questa innovazione.



L'installazione dei tornelli automatici, per un 67% degli intervistati rappresenta fonte di soddisfazione.

10. Conclusioni

I dati emersi da questa indagine di Customer Satisfaction evidenziano a livello generale una continuità dei trend positivi rilevati nella precedente rilevazione del 2016.

Il lavoro di rinnovamento del parco mezzi e servizi messo in atto da FAL nel corso degli ultimi anni si traduce, nei dati di soddisfazione del 2017, nell'acquisizione di un profilo stabile della qualità dei servizi erogati, valutato complessivamente come superiore alla sufficienza.

10.1. 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 ancora maggiore concentrazione di donne sui mezzi (più di 7 su 10).

La stessa continuità socio-demografica si registra anche nell'età degli intervistati, dove l'88% degli intervistati, con campione casuale, è compreso tra i 14 e i 45 anni. In merito alle condizioni di impiego dei soggetti, più di 1 viaggiatore su 2 è uno studente. In coerenza con questi dati, più di 7 passeggeri su 10 utilizzano i mezzi quotidianamente nei giorni feriali (e anche nei giorni festivi), un trend in aumento che testimonia come la riduzione dei costi per gli spostamenti sia sempre di più un aspetto cruciale nella gestione della sostenibilità economica dei cittadini. Il livello di scolarizzazione degli utenti è da classificarsi come medio-alto: più di 1 passeggero su 2 è in possesso di una licenza media superiore, è interessante notare come in questa rilevazione sia cresciuta la quota di studenti in possesso di licenza media inferiore (40%) probabilmente dato da un maggiore senso di sicurezza trasmesso.

10.2. Attese e valutazioni sul servizio erogato

Il giudizio dell'utenza è, su tutte le aree indagate, in andamento costante rispetto al 2016, **nonostante ci siano ancora ampi margini di miglioramento per portare il livello dei servizi a livelli di eccellenza.**

L'area legata al rapporto col personale delle FAL raggiunge, da sempre, ottimi livelli di soddisfazione, confermandola come uno dei punti di forza dell'azienda. Una lenta ma costante crescita, invece, **si registra sui profili di dialogo e assistenza presso l'utenza**, in cui gli investimenti sui canali di ascolto (URP e Social Care su Facebook) continuano a migliorare il rapporto con l'utente configurandosi come canali di comunicazione imprescindibili.

Il miglioramento sostanziale, dalla precedente rilevazione, delle condizioni di viaggio favorisce la crescita di tutti gli indicatori ad esso collegati.

In merito, invece, ai profili di insoddisfazione si evince come sia ancora migliorabile la buona manutenzione e pulizia delle stazioni ferroviarie, che registra una sostanziale continuità con i dati raccolti negli ultimi 4 anni.

Inoltre, positivi i giudizi sui canali di comunicazione testati al termine del questionario: pagina Facebook, sito web ufficiale.

La pagina Facebook raccoglie consensi positivi per la chiarezza dei contenuti e la buona disponibilità di aggiornamenti. È ancora scarso, invece, il numero di utenti a conoscenza del servizio di social care.

Il sito web ufficiale è certamente semplice da navigare e da consultare, seppur con buoni margini di miglioramento per quel che riguarda l'aspetto grafico e la consultazione degli orari. Ampi margini di miglioramento anche per la sezione di **bigliettazione online, giudicata utile ma migliorabile nei contenuti e nella navigabilità.**

La mancata attività di pubblicità al di fuori della struttura della stazione fa sì che l'attività di social care della pagina **ufficiale di Facebook, sia quasi per niente conosciuta (circa il 60%)** da parte dell'utenza.

I commenti dell'utenza fanno risaltare la mancanza di un'app e di una **grafica più semplice ed efficace per la visualizzazione di orari, ritardi e coincidenze.**

SOMMARIO

Premessa	2
1. Gli scopi della Committenza	3
2. Obiettivi della ricerca	4
3. Metodologia e campione	4
4. Tecnica di rilevazione: Intervista “face to face”	6
5. Il questionario	6
6. Quote e target	13
7. Territorio d’indagine	13
8. La metodologia di verifica di ipotesi	15
9. Analisi dei dati	16
Dati sulla linea	16
D1. Mezzo di trasporto rilevato	16
D2. Linea dell’intervista	17
D3. Tratta percorsa dal passeggero	18
D4. Luogo intervista	20
Dati anagrafici	21
D5. Genere	21
D6. Nazionalità	22
D7. Comune di residenza	23
D8. Fascia di età	24
D9. Condizione lavorativa	25
D10. A quale corso di studi Lei è iscritto	26
D11. Titolo di studio	26
Utilizzo della presente linea di trasporto	27
D12. Frequenza di utilizzo dei mezzi	27
D13. Motivo di utilizzo dei mezzi	28
Valutazione della qualità del servizio	29
D14. Puntualità	29
D15. Frequenza nei giorni feriali	29
D16. Copertura delle linee nell’arco delle 24 ore	29
D17. Copertura delle linee in estate	29
D18. Rispondenza orari alle esigenze degli utenti	29
D19. Incastro delle coincidenze	29
D20. Gestione di ritardi, interruzioni o altre emergenze	29
D21. Copertura delle linee nei giorni festivi	29
D22. Rispetto delle fermate previste	29
Personale delle Ferrovie Appulo Lucane	30
D23. Disponibilità all’ascolto	30
D24. Cortesia	30
D25. Professionalità	30
D26. Conduzione del mezzo	30
D27. Controllo a bordo dei titoli di viaggio	30
Comfort del servizio	30
D28. Disponibilità posti a sedere	30
D29. Efficienza dell’impianto di climatizzazione	30
D30. Pulizia interna dei mezzi	30
D31. Pulizia esterna dei mezzi	30
D32. Sicurezza delle persone e degli oggetti	30
Informazioni a disposizione del pubblico sul servizio	31
D33. Percorsi e fermate (tabelle, mappe)	31
D34. Orari	31
D35. Tariffe	31
D36. Variazioni del servizio	31

D37. Via web (sito internet)	31
D38. Ufficio Relazioni col Pubblico	31
Servizi a terra	32
D39. Pulizia delle stazioni	32
D40. Illuminazione delle stazioni	32
D41. Funzionamento scale mobili	32
D42. Funzionamento ascensore	32
D43. Quadri orario dei mezzi	32
D44. Presenza punti vendita (biglietterie)	32
D45. Funzionamento obliterateci	32
D46. Informazione sonora	32
D47. Disponibilità del personale a terra	32
D48. Presenza di rastrelliere per bicicletta	32
D49. Esperienza di fruizione del servizio delle FAL negli ultimi 12 mesi	34
Fonti di informazione, alfabetizzazione informatica e direct marketing	36
D51. È a conoscenza dell'esistenza del sito internet delle FAL	35
D52. Per quali motivi visita il sito internet delle FAL	36
D53. Servizio di bigliettazione on-line	37
D54. Funzione di ricerca delle tratte ferroviarie ed automobilistiche	37
D55. Aggiornamento delle informazioni	37
D56. Completezza delle informazioni	37
D57. Chiarezza dei contenuti	37
D58. Chiarezza del linguaggio	37
D59. Facilità di navigazione	37
D60. Aspetto grafico	37
D61. Idoneità del sito a soddisfare le esigenze degli utenti	37
D62. Sito internet delle FAL nel suo complesso	37
D63. Conoscenza dell'attività di Assistenza ai Clienti attraverso pagina ufficiale Facebook	39
D64. Rapidità degli operatori nel fornire assistenza	40
D65. Completezza delle informazioni	40
D66. Chiarezza dei contenuti	40
D67. Gentilezza dell'operatore che fornisce assistenza	40
D68. Idoneità del servizio a soddisfare le esigenze degli utenti	40
D69. Attività di Assistenza Clienti delle FAL nel suo complesso	40
D71. Possibilità di acquisto un biglietto unico per raggiungere l'aeroporto	41
D72. Conoscenza del servizio di velostazione per il noleggio biciclette	42
D73. Attraverso quali mezzi è venuto a conoscenza del servizio di velostazione	43
D74. Soddisfazione del servizio di velostazione per il noleggio delle biciclette	44
D75. Soddisfazione per l'installazione dei tornelli automatici	44
10. Conclusioni	45