



FROM DATA TO GROWTH

PART OF **Bitles**

Ferrovie Appulo Lucane

**Customer Satisfaction Survey
Dicembre 2023**

13/12/2023

Premessa

Le Ferrovie Appulo-Lucane S.r.l. sono una società partecipata interamente dal Ministero delle Infrastrutture e Trasporti.

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

- Bari – Matera e viceversa
- Bari – Genzano – Potenza e viceversa
- Bari – Altamura – Gravina e viceversa
- Avigliano – Avigliano Lucania – Potenza e viceversa

L'azienda è stata protagonista, negli ultimi anni, di un profondo percorso di cambiamento proteso al miglioramento della qualità dei servizi e delle infrastrutture, sia per quel che riguarda il trasporto ferroviario sia per il trasporto automobilistico.

La mission dichiarata è quella di porre il viaggiatore al centro dell'attenzione, cercando di migliorare costantemente l'esperienza di fruizione del servizio.

Per questo motivo, a partire dall'anno 2022, vi è il rinnovato impegno da parte dell'Azienda di monitorare lo stato dell'arte dei suoi servizi attraverso una costante attività d'indagine per la Customer Satisfaction, che viene svolta con **cadenza semestrale**.



Ferrovie Appulo Lucane

Scopi del committente

- **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 la costante opera di rinnovo di infrastrutture e servizi;
- **Profilare gli utenti**: 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, si definiscono come di seguito gli obiettivi di questa indagine quantitativa:

- **indagare sullo 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



Dati di rilevazione

Campione: 457 intervistati

Metodologia: ricerca quantitativa

Tecnica di rilevazione: interviste personali “face to face” con metodologia CAMI realizzate sui 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 19/12/2022 al 18/01/2023

Percentuale di significatività*: 95%

Margine di errore*: +/- 5 %



Caratteristiche del campione

- sesso ed età casuali (distribuzione naturale del campione)
- utenti da intervistare durante la fruizione degli spazi e dei servizi dell’azienda (in stazione, sui mezzi, alle fermate autobus)

Tecnica di rilevazione



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

L'intervista “face to face”, inoltre, utilizzando un questionario strutturato permette di indagare i temi eludendo al massimo le distorsioni dovute ad una eventuale errata interpretazione delle domande e permette di cogliere delle sfumature che altrimenti andrebbero perse.

L'utilizzo di una **location “pubblica”**, come appunto i mezzi e le stazioni, rende il reperimento degli intervistati più veloce e sicuro; grazie alla **tecnologia CAMI**, che prevede il data entry in tempo reale dei questionari attraverso la piattaforma proprietaria di R.P. Consulting, vi è inoltre un ottimale controllo di qualità dei dati ottenuti effettuato dal fieldwork, in tempo reale attraverso il matching di dati di posizione e durata dell'intervista.

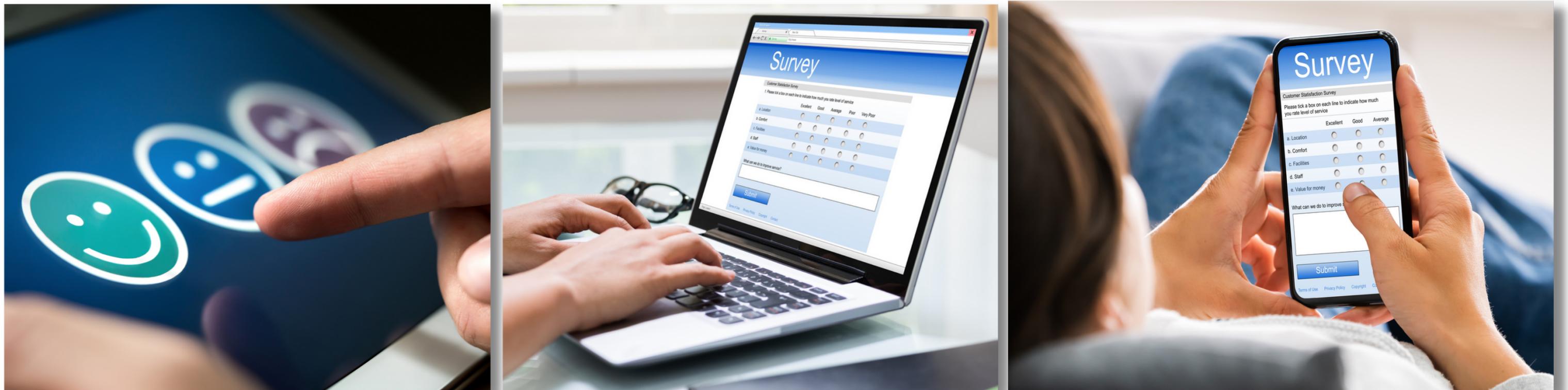


Metodologia di rilevazione

Il questionario strutturato utilizzato per la rilevazione è stato compilato su precise indicazioni fornite alle Ferrovie Appulo Lucane dai relativi uffici competenti delle autorità regionali.

Le sezioni del questionario, costanti durante gli ultimi anni di rilevazione al fine di poter delineare trend statistici utili all'analisi dei dati, sono poi completate da alcuni set di domande specifiche che variano in base all'attualità dell'azione aziendale.

La metodologia scelta è quella dell'intervista personale "face-to-face" strutturata con metodologia CAMI (Computer Assisted Mobile Interviewing), realizzata dagli intervistatori di R.P. Consulting attraverso l'utilizzo di device mobili e un applicativo specifico per la rilevazione, in grado di rilevare allo stesso tempo posizione geografica e tempi di rilevazione.



Territorio e linee oggetto 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.

Nelle tabelle seguenti è riportato 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.

Linee ferroviarie campionate	Interviste effettuate
Altamura - Gravina	21
Avigliano - Potenza	79
Bari - Matera	69
TOTALE	169

Linee automobilistiche campionate	Interviste effettuate
Bari - Palo - Toritto	62
Matera - Montalbano J.	34
Matera - Montescaglioso	47
Potenza - Laurenzana	58
Bari - Altamura - Matera	87
TOTALE	288

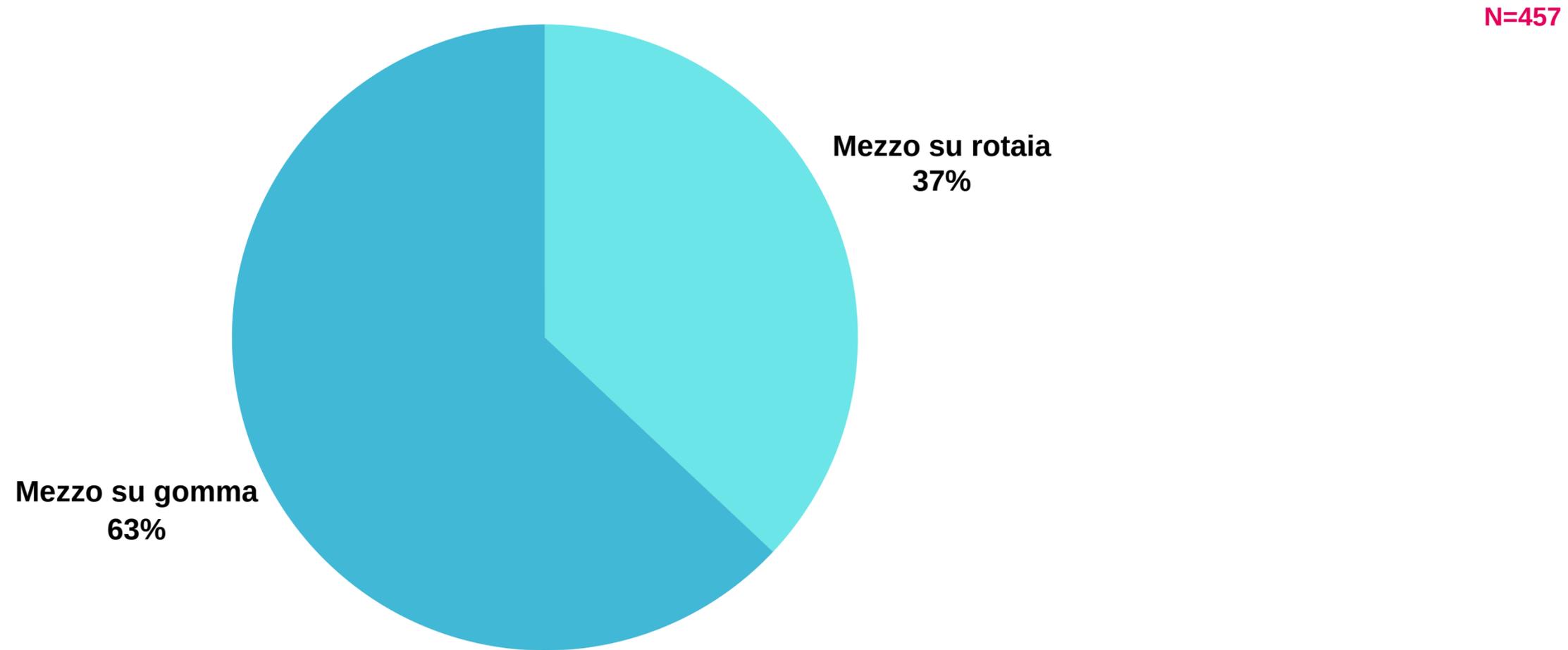


FROM DATA TO GROWTH

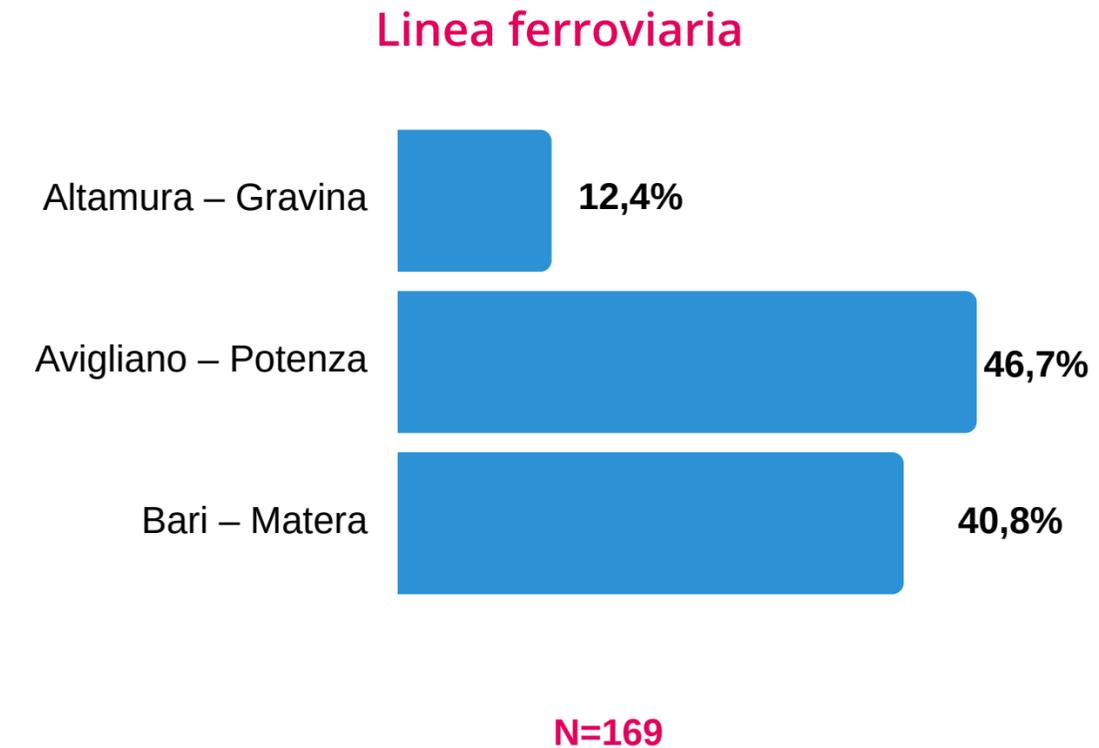
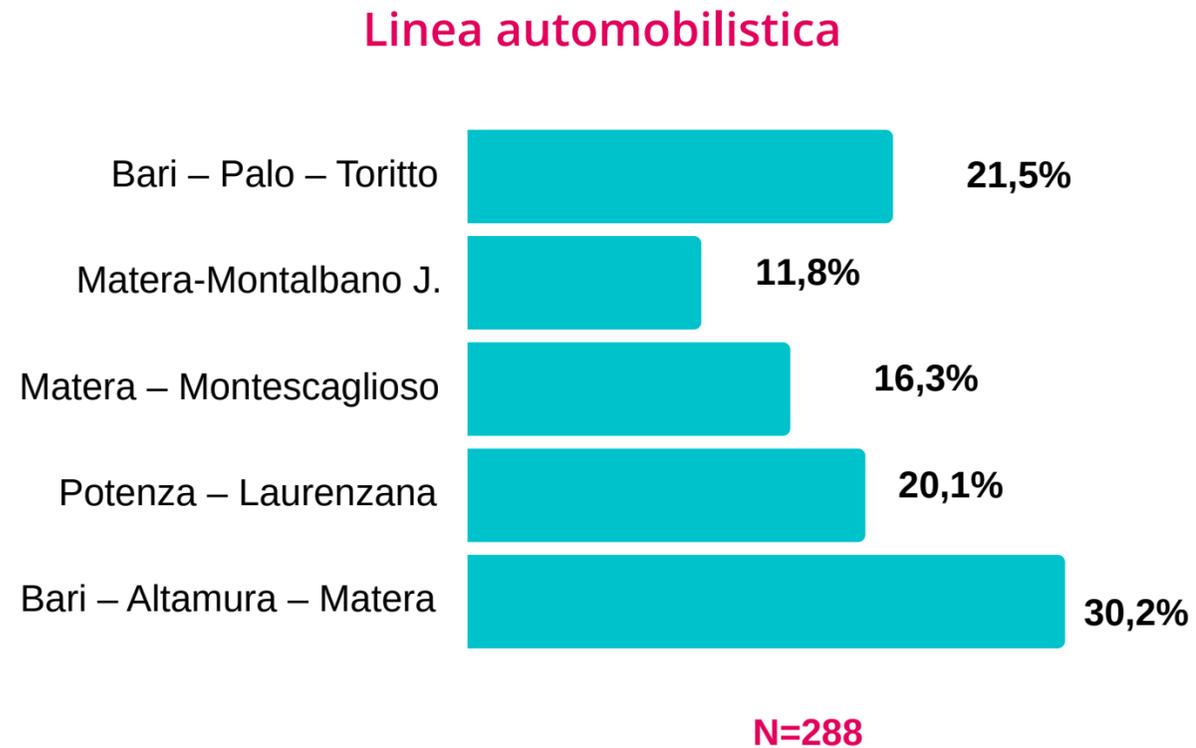
PART OF **Bitles**

Frequenze di risposta

Luogo dell'intervista e mezzo utilizzato



Mezzi e linee rilevate (*)

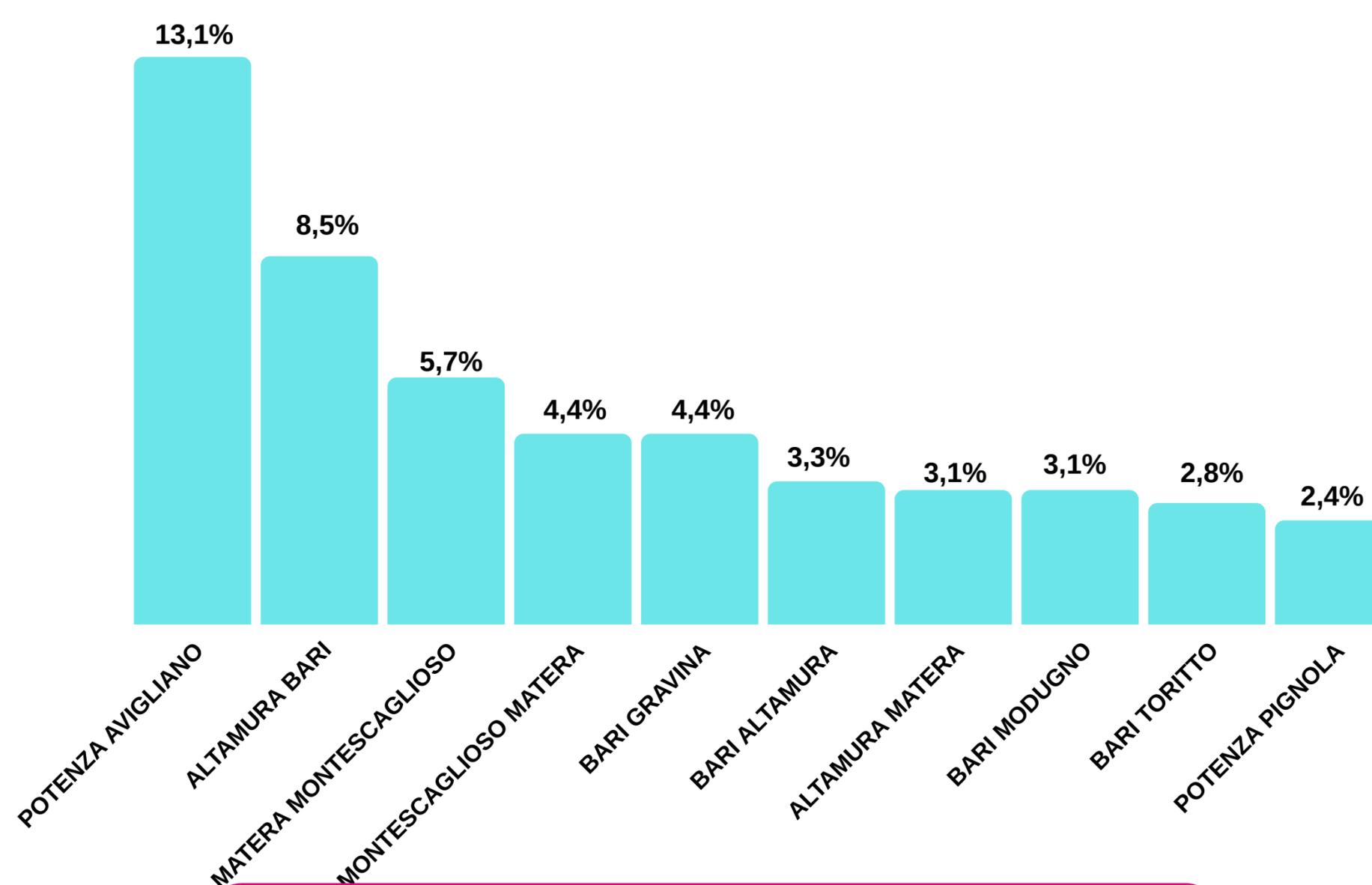


In relazione alla linea automobilistica, vi è prevalenza dei rispondenti nei collegamenti Bari-Altamura-Matera, seguito da quelli tra Bari-Palo-Toritto.

Riguardo la linea ferroviaria, quasi il 50% del campione è costituito dagli intervistati che viaggiano sulla linea Avigliano-Potenza.

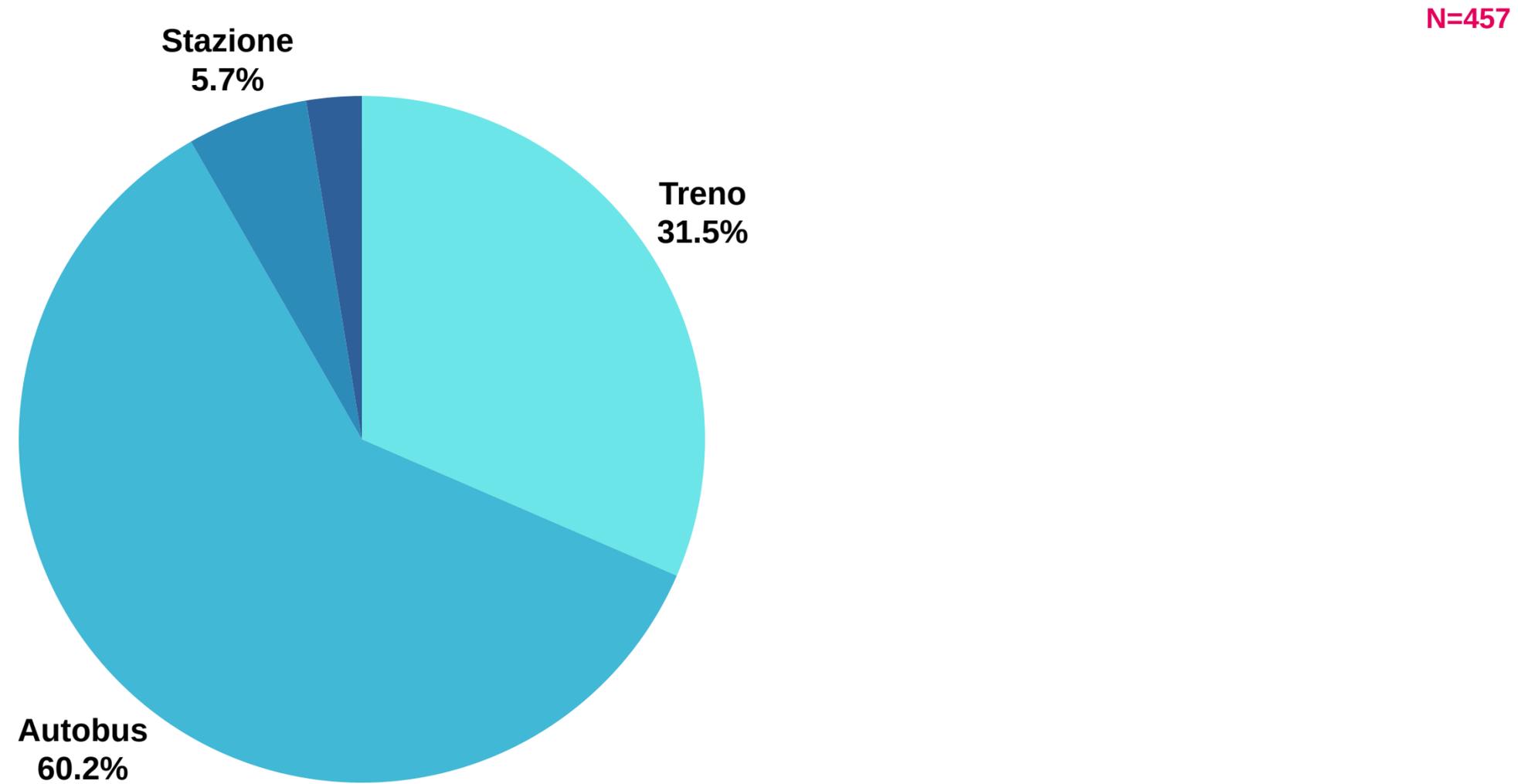
*La base considerata è costituita dal numero di intervistati sui rispettivi mezzi di trasporto.

Tratta percorsa dal passeggero - Top 10



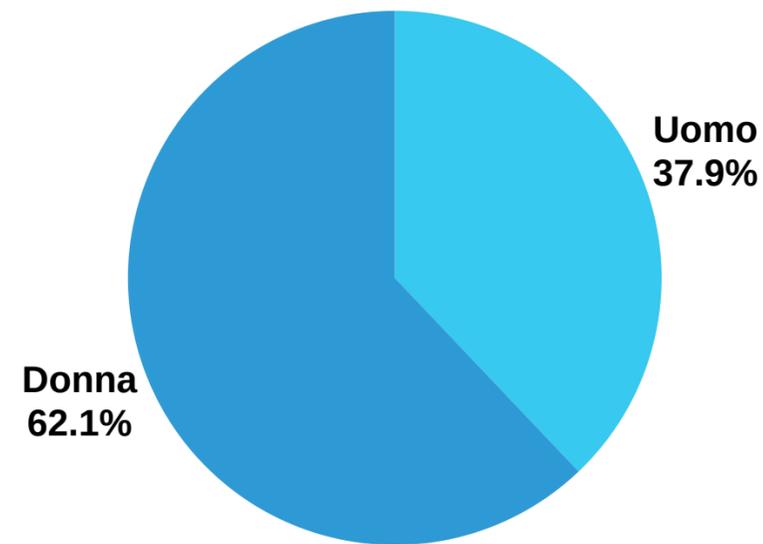
Il grafico rappresenta le 10 tratte maggiormente percorse dagli intervistati.

Luogo dell'intervista

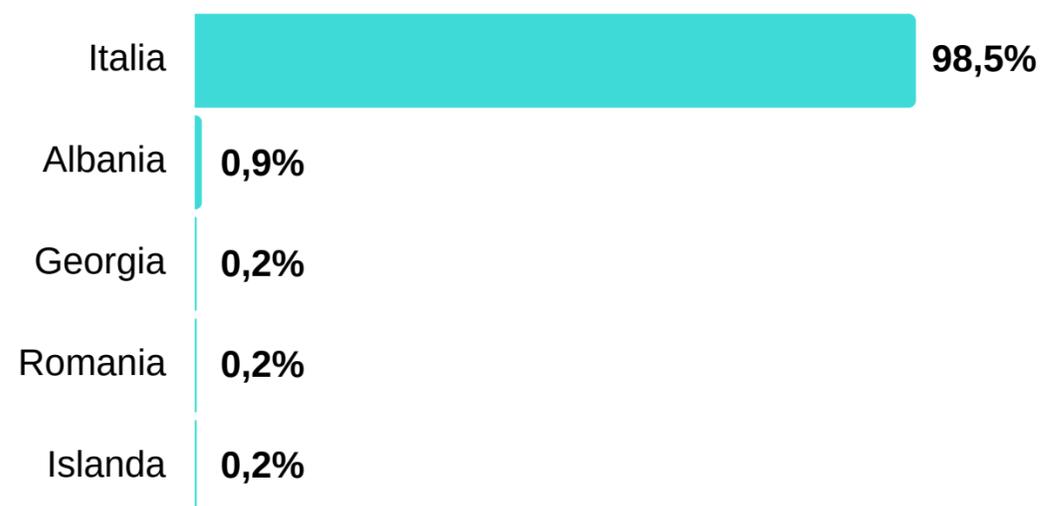


Caratteristiche demografiche

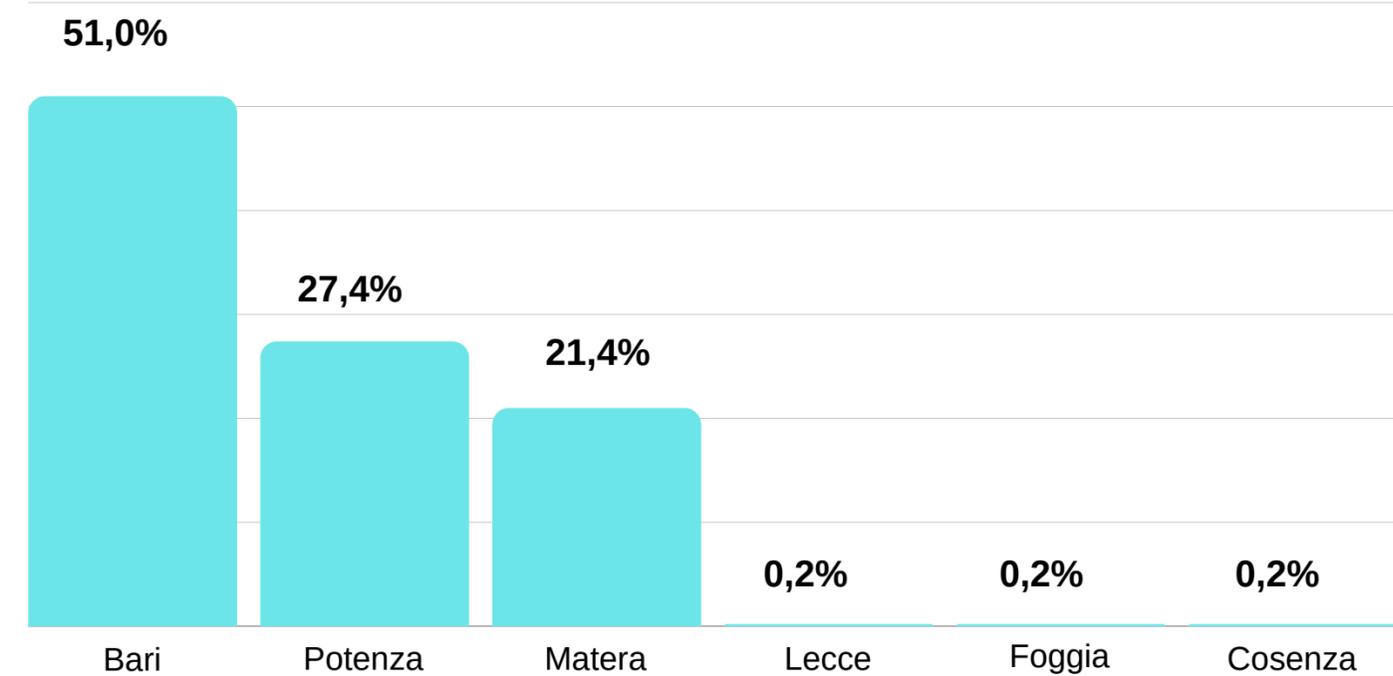
Genere



Nazionalità



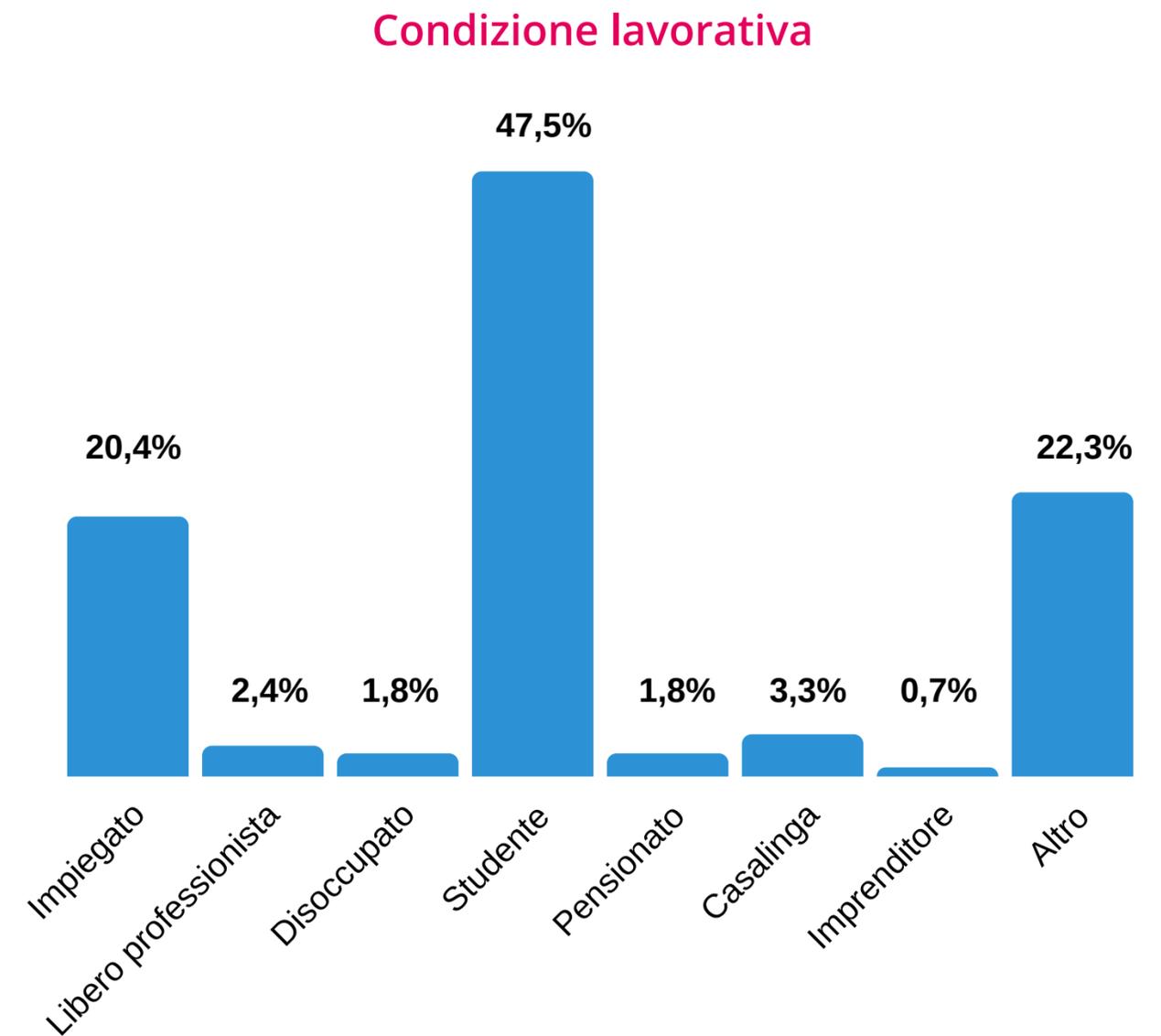
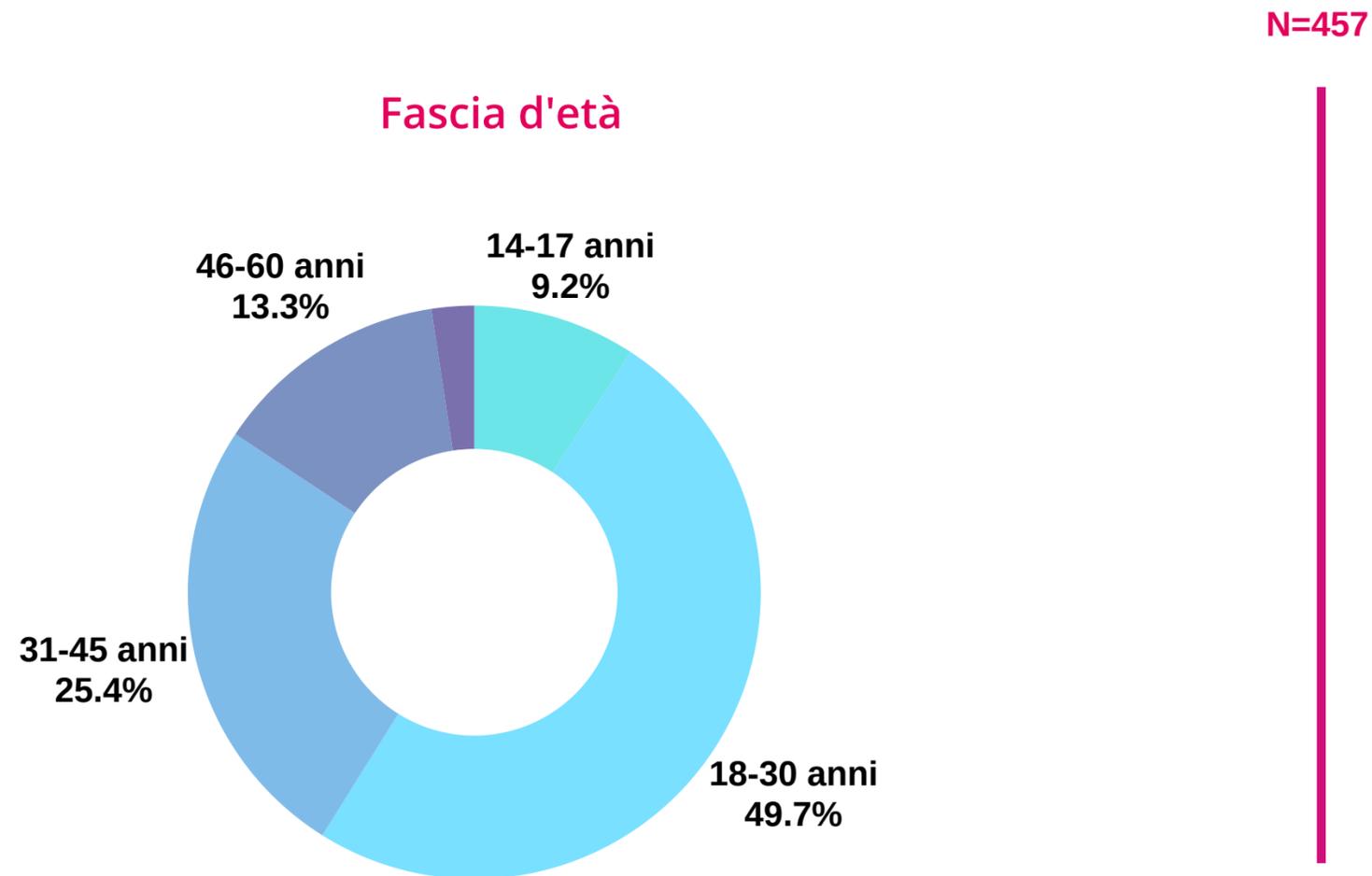
Provincia di residenza



Il campione è in prevalenza rappresentato da donne di nazionalità italiana, residenti nelle province di Bari, Potenza e Matera.

N=457

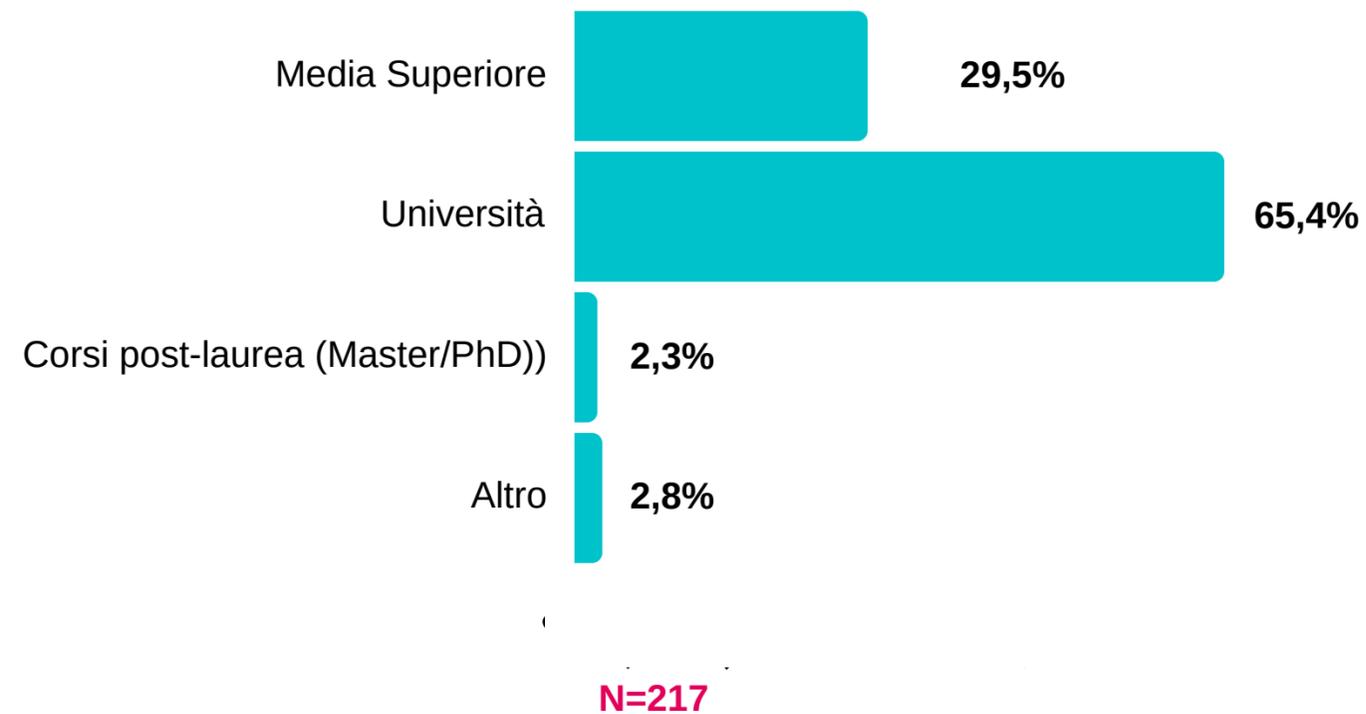
Caratteristiche demografiche



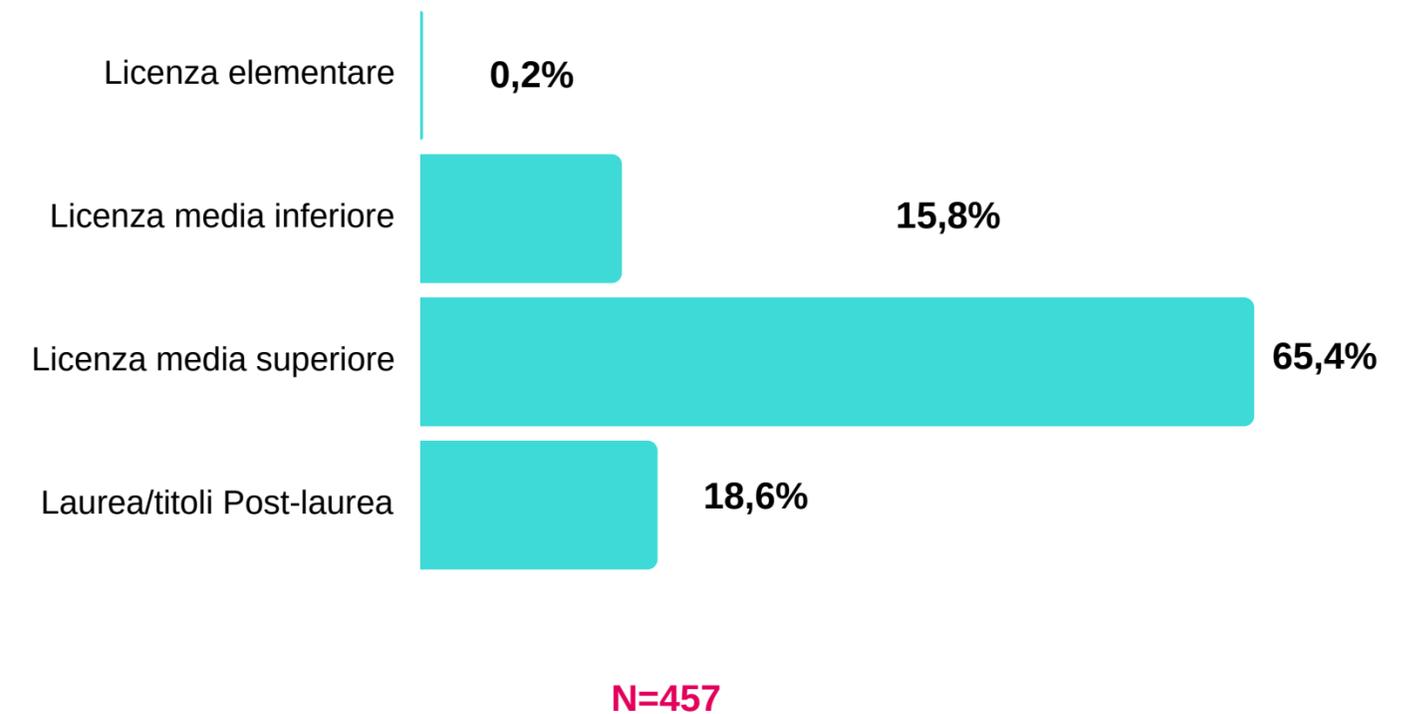
La maggior parte degli utenti è costituita da studenti e impiegati, infatti si osserva una maggiore concentrazione relativamente alle fasce d'età comprese tra 14 e 45 anni.

Caratteristiche demografiche

A quale corso di studi Lei è iscritto? (*)



Titolo di studio

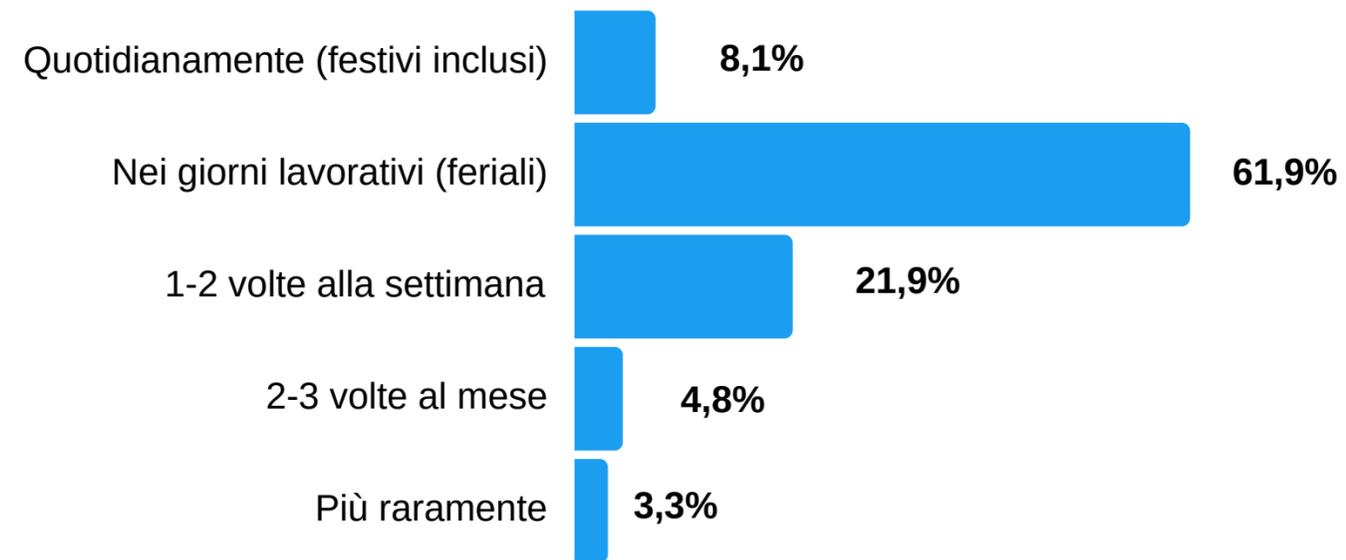


Tra gli studenti che caratterizzano il campione, la quota maggiormente rappresentativa è costituita da coloro che frequentano l'università.

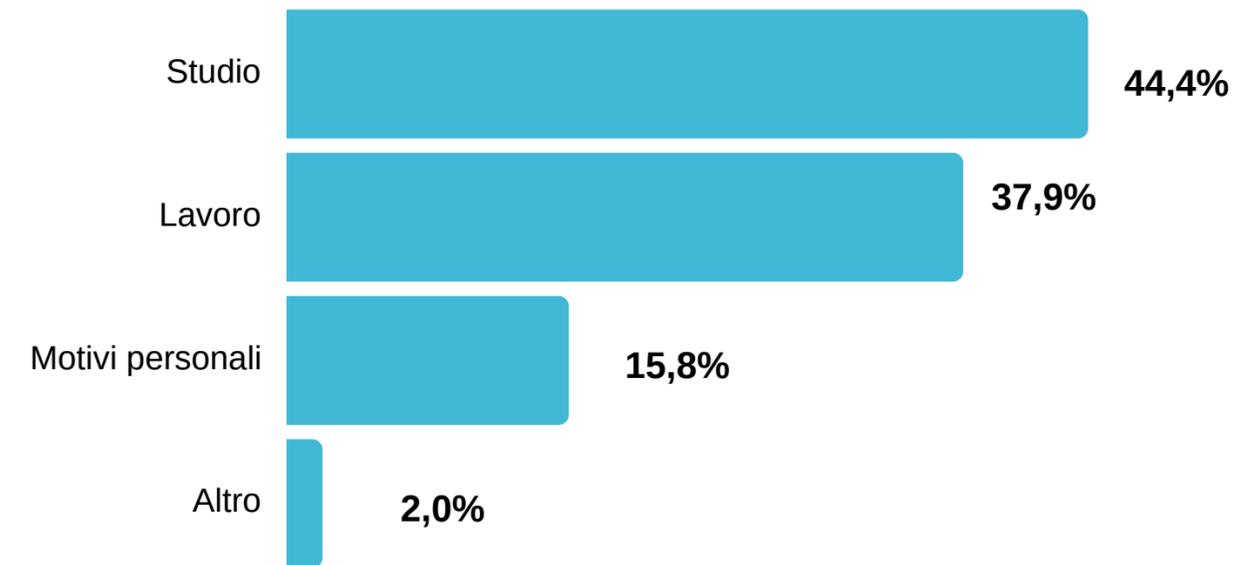
Il campione complessivamente considerato mostra un livello di istruzione medio-alto: poco più della metà possiede una licenza media superiore.

Utilizzo della presente linea di trasporto

Frequenza di utilizzo



Motivo principale di utilizzo

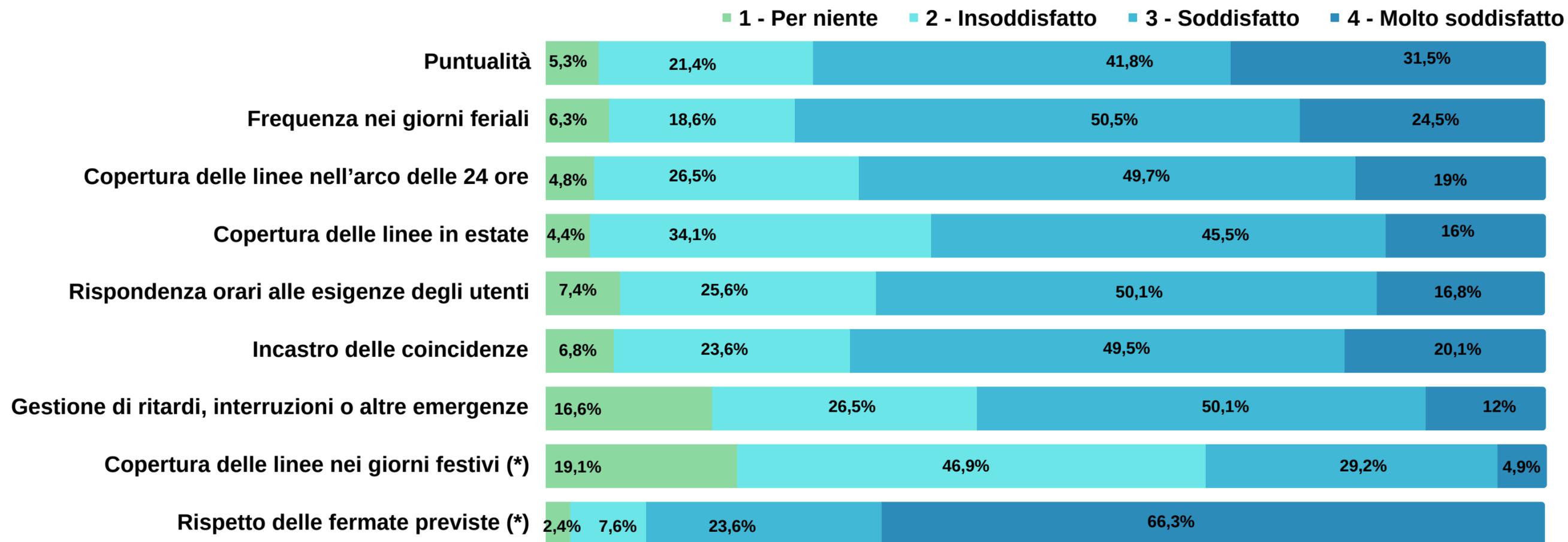


N=457

Più della metà degli intervistati utilizza i mezzi di trasporto dell'azienda per motivi di studio e lavorativi, pertanto la maggior frequenza è osservabile nei giorni feriali.

Soddisfazione - Linee di trasporto

N=457

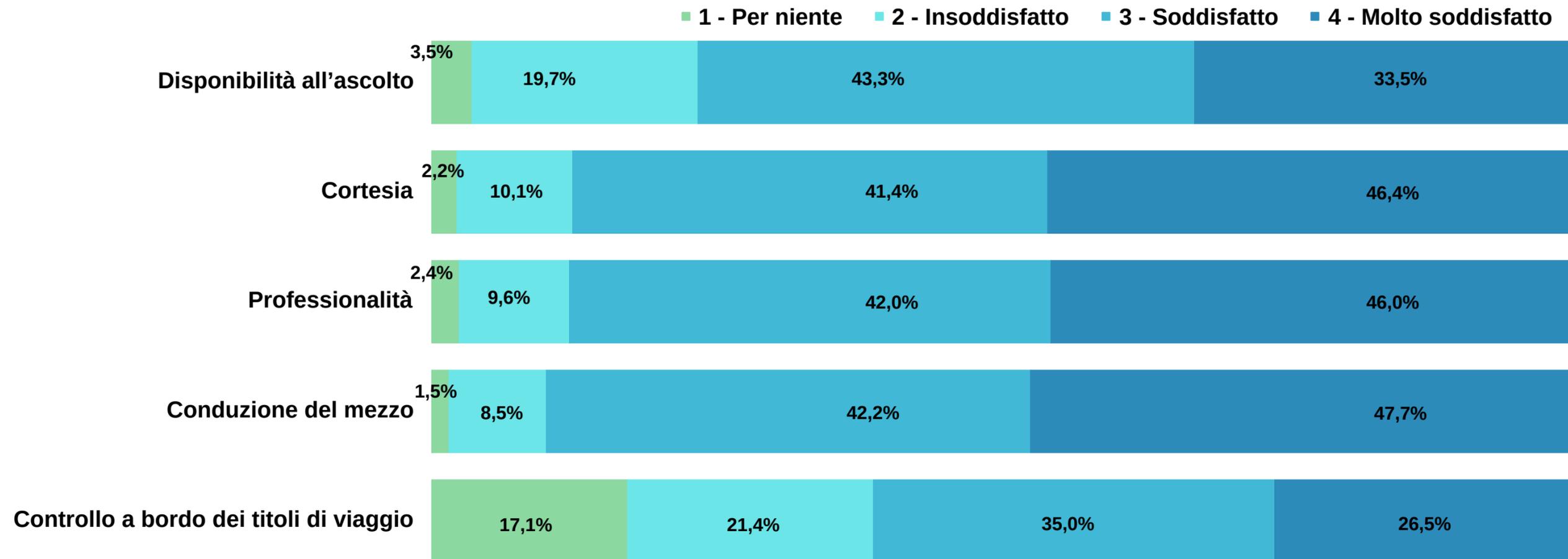


Gli utenti esprimono elevati gradi di soddisfazione nei confronti di ciascun indicatore di performance considerato, con valori percentuali vicini all'80%.

Un simile andamento è riscontrabile anche nel caso degli indicatori specificamente presi in esame per il trasporto automobilistico, pur riscontrando una discreta insoddisfazione per la copertura delle linee nei giorni festivi e nei periodi estivi.

Soddisfazione - Personale

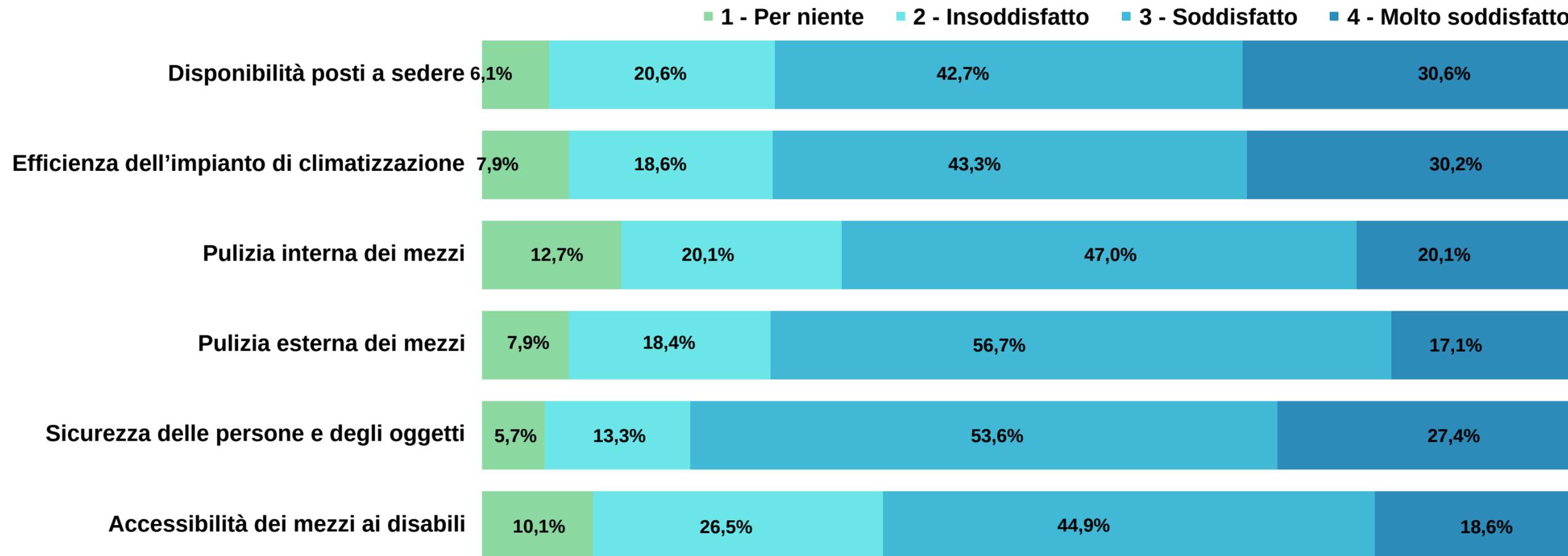
N=457



Il gradimento del personale di servizio da parte degli utenti è particolarmente evidente in relazione a tutti gli indicatori analizzati, i quali si caratterizzano per valori percentuali di soddisfazione superiori al 90%, ad eccezione del "controllo a bordo dei titoli di viaggio", che presenta, un valore elevato di circa 62%.

Soddisfazione - Comfort del servizio

N=457

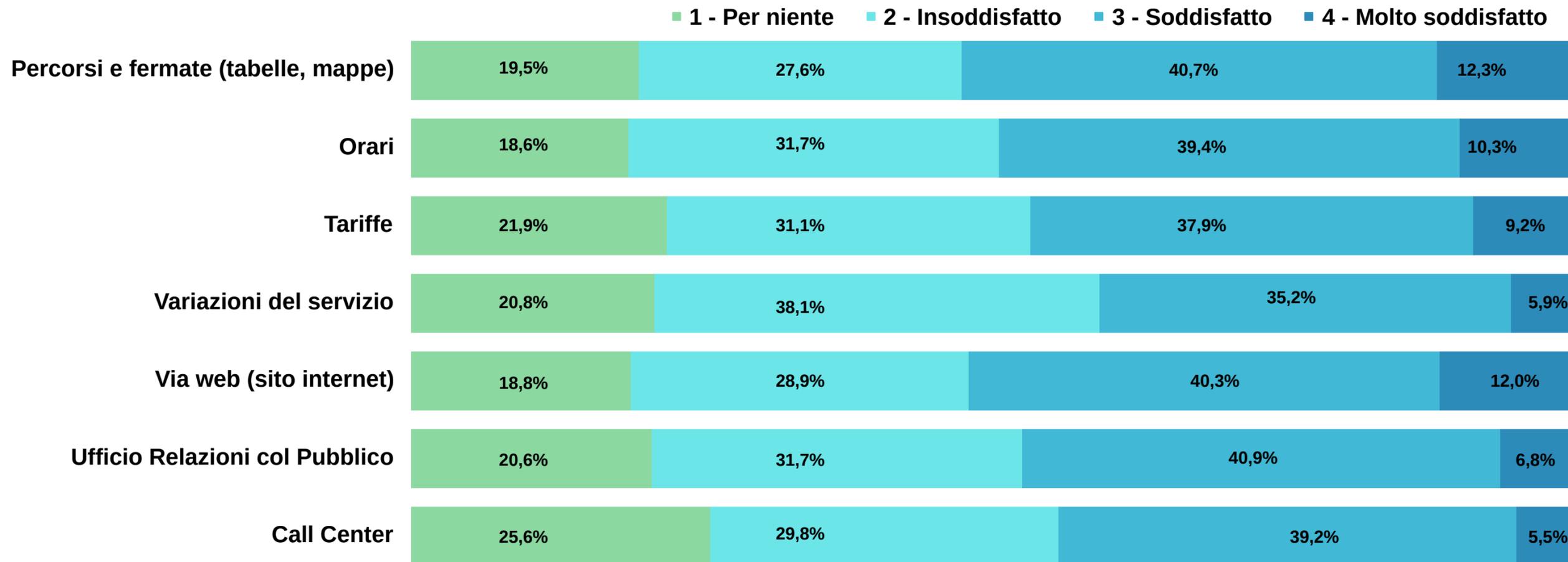


I rispondenti considerano i mezzi particolarmente confortevoli: a dimostrazione di ciò, il valore medio dei punteggi di soddisfazione assegnati a ciascun KPI intorno al 70%.

Un aspetto migliorabile, pur presentando un elevato livello di gradimento, è rappresentato dall'accessibilità dei mezzi ai disabili e della pulizia interna dei mezzi.

Soddisfazione - Informazioni a disposizione

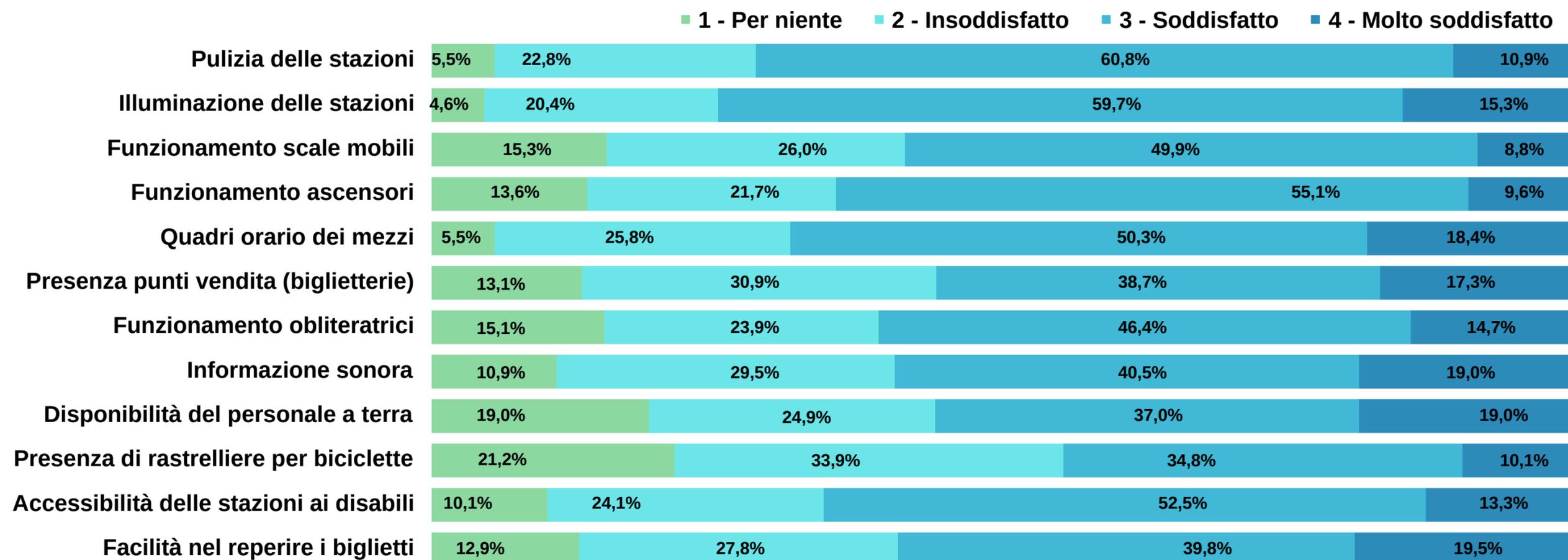
N=457



Il campione intervistato si divide tra soddisfatti e insoddisfatti nell'ambito delle informazioni a disposizione degli utenti, evidenziando un livello di insoddisfazione incrementato rispetto alle precedenti rilevazioni.

Soddisfazione - Condizioni delle stazioni

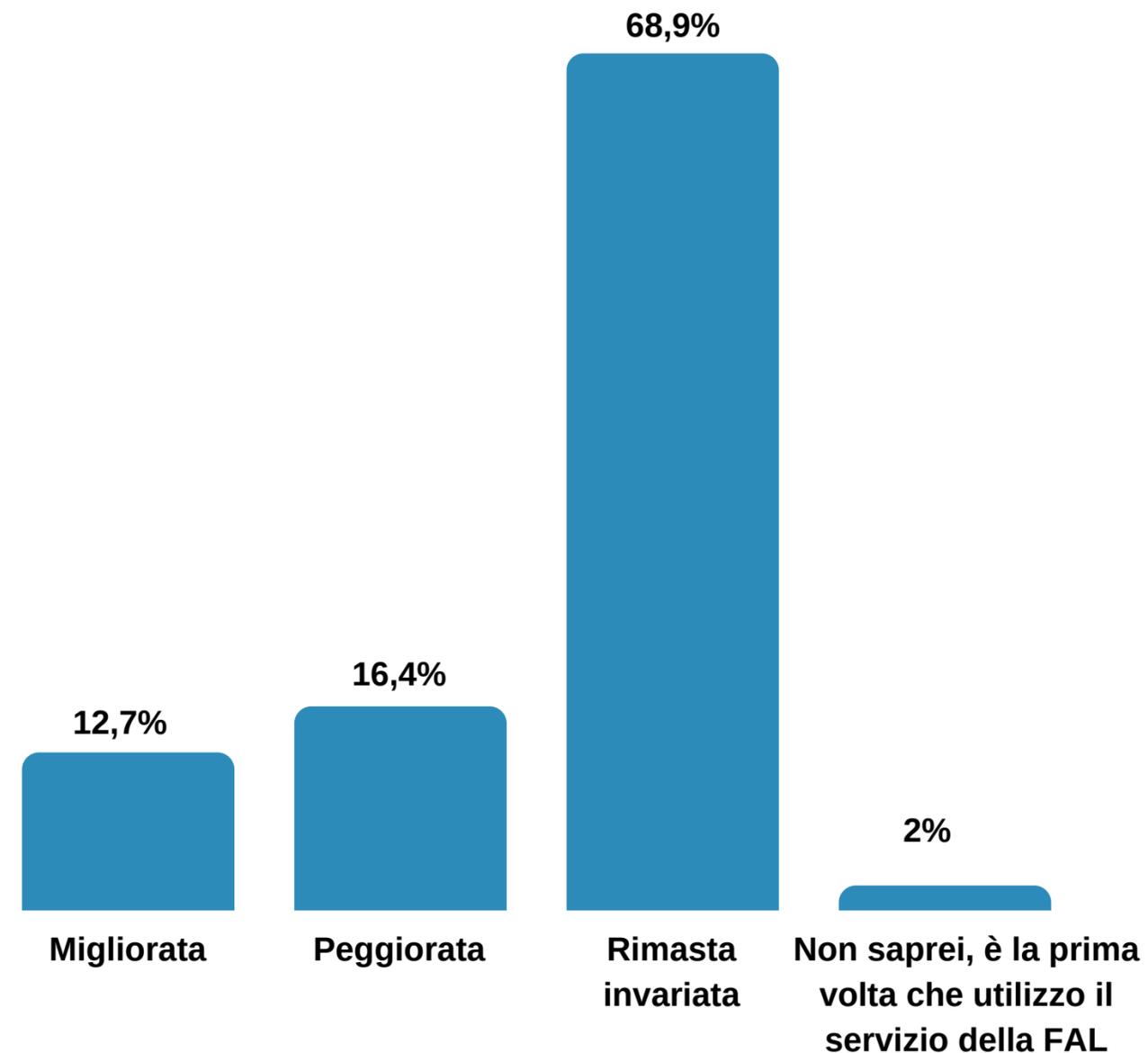
N=457



Gli utenti sono tendenzialmente soddisfatti delle condizioni delle stazioni; tuttavia vi sono alcuni aspetti migliorabili, come la presenza di punti vendita, la presenza di rastrelliere per biciclette (non soddisfacente) e non per ultimo della disponibilità all'ascolto e all'assistenza del personale a terra. Un dato in leggero peggioramento rispetto alle precedenti rilevazioni

Soddisfazione globale

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



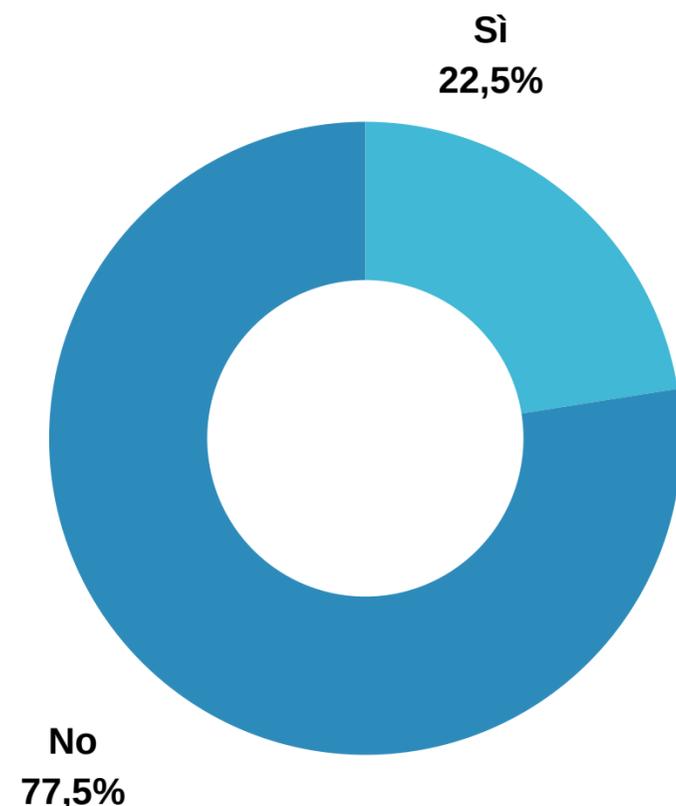
N=457

Per il 69% degli utenti il servizio offerto da FAL è rimasto invariato negli ultimi 12 mesi. Una percentuale leggermente ridotta (di quasi il 4%) rispetto alla rilevazione precedente ritiene che il servizio sia peggiorato.

Marketing - Conoscenza del servizio di Call Center

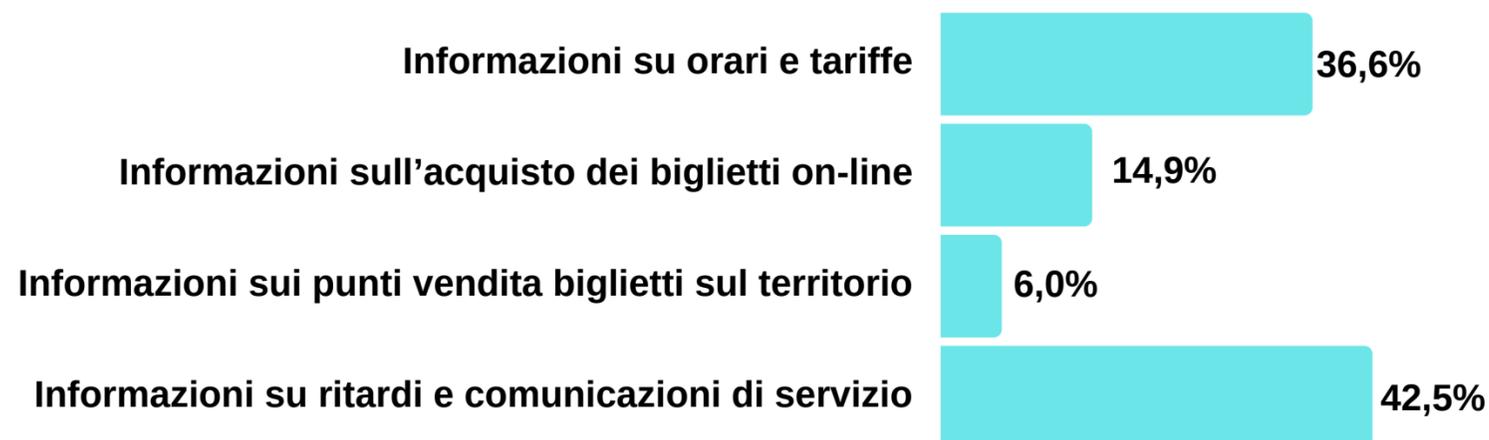
Ha mai utilizzato il servizio di Call Center delle FAL?

N=457

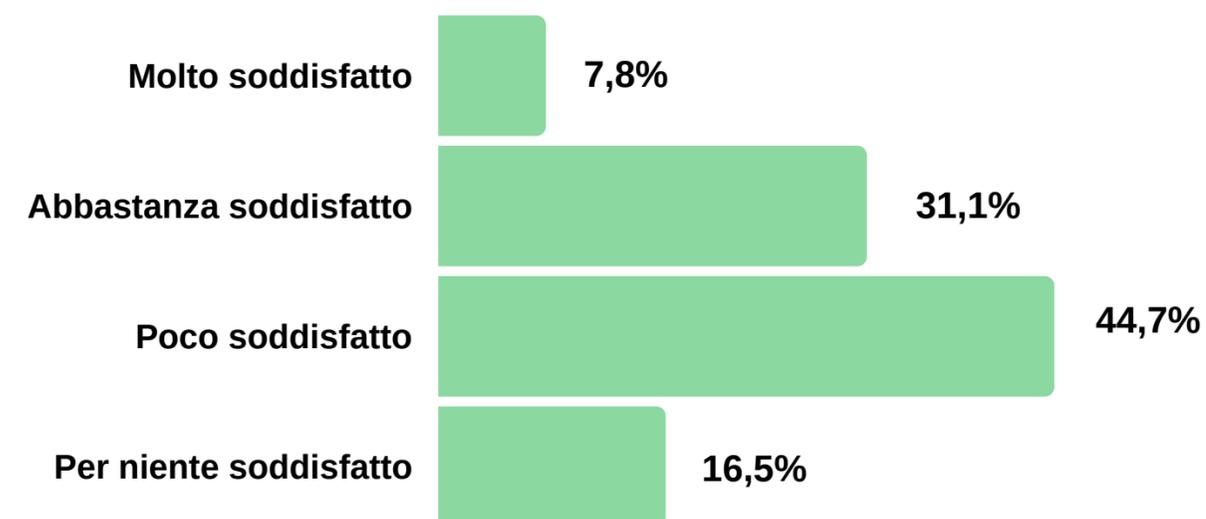


Anche se utilizzato da una minima percentuale di utenti per ottenere perlopiù informazioni relative a orari, tariffe e ritardi, il servizio di Call Center risulta ottenere una performance peggiorativa rispetto alla precedente rilevazione.

Motivi dell'utilizzo del servizio di Call Center delle FAL(*)



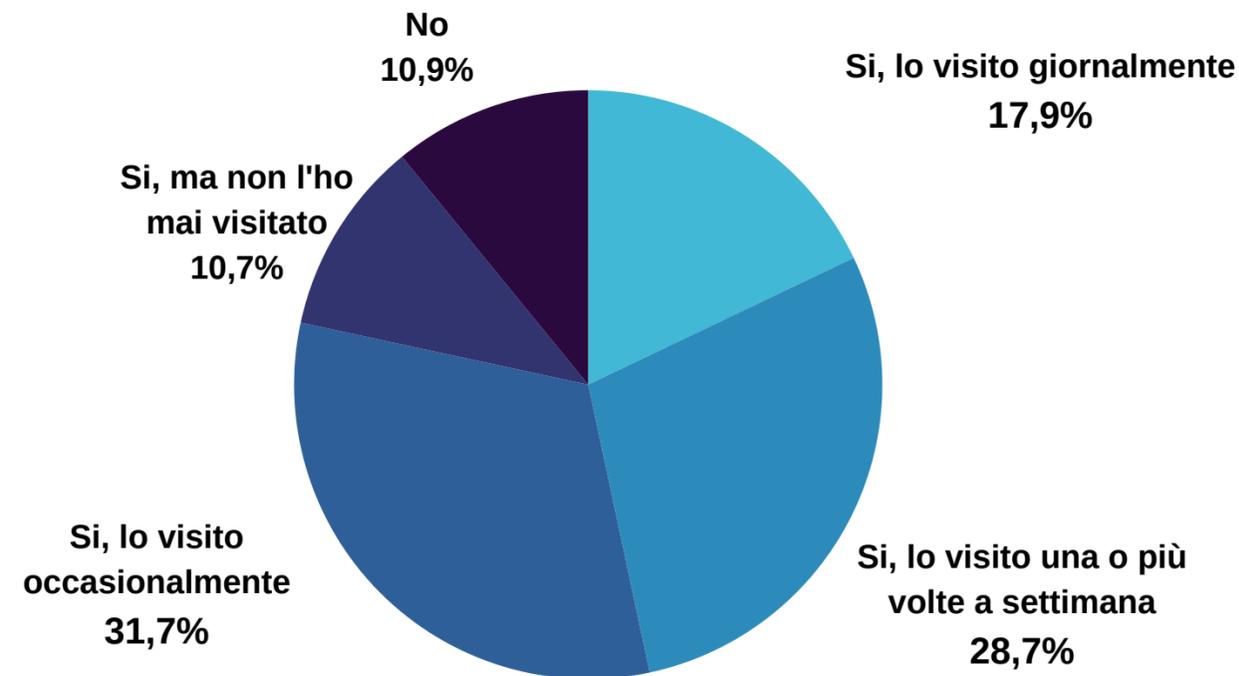
Quanto è soddisfatto, nel complesso, del servizio di Call Center delle FAL? (*)



*Domanda filtrata

Marketing - Sito internet

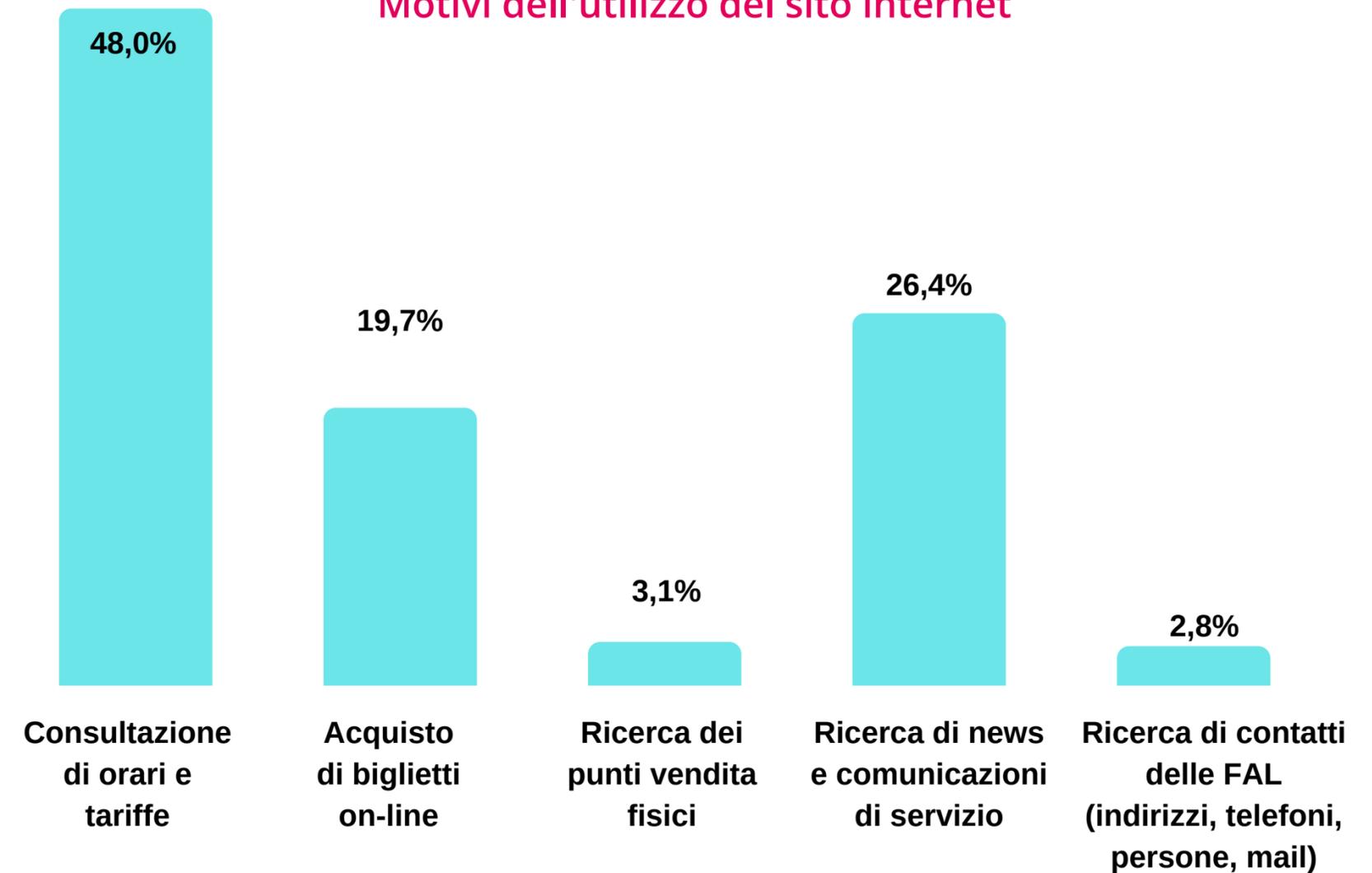
È a conoscenza dell'esistenza del sito internet delle FAL?



N=457

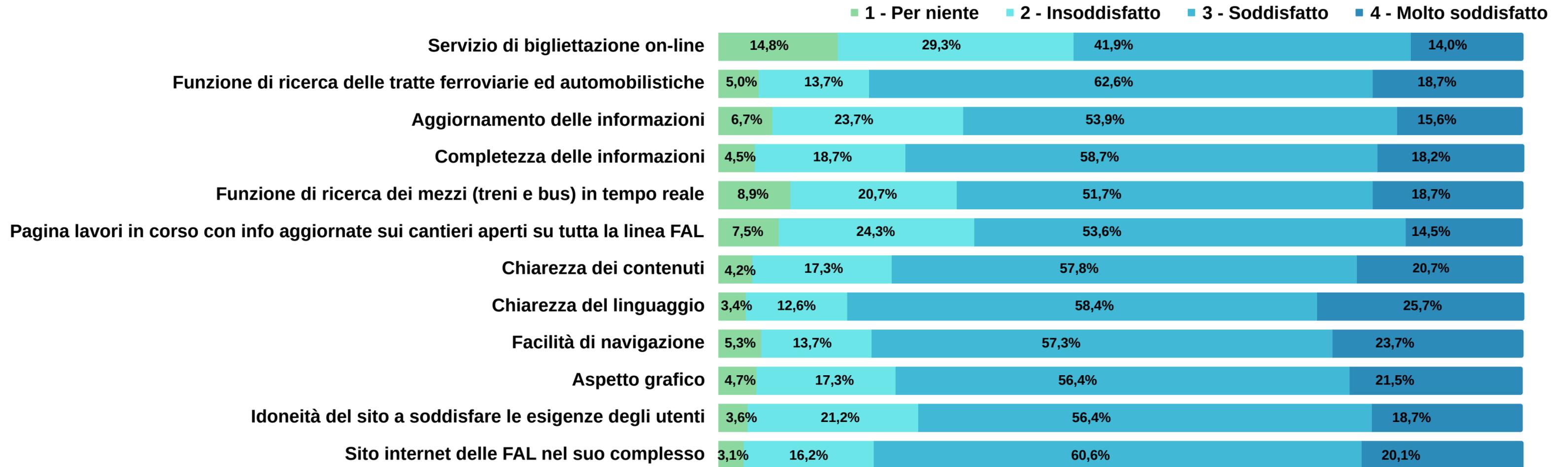
Gran parte dei rispondenti conosce il sito internet delle FAL. È tendenzialmente utilizzato in maniera occasionale, soprattutto per consultare orari e tariffe e acquistare biglietti.

Motivi dell'utilizzo del sito internet



Marketing - Soddisfazione servizi sito internet

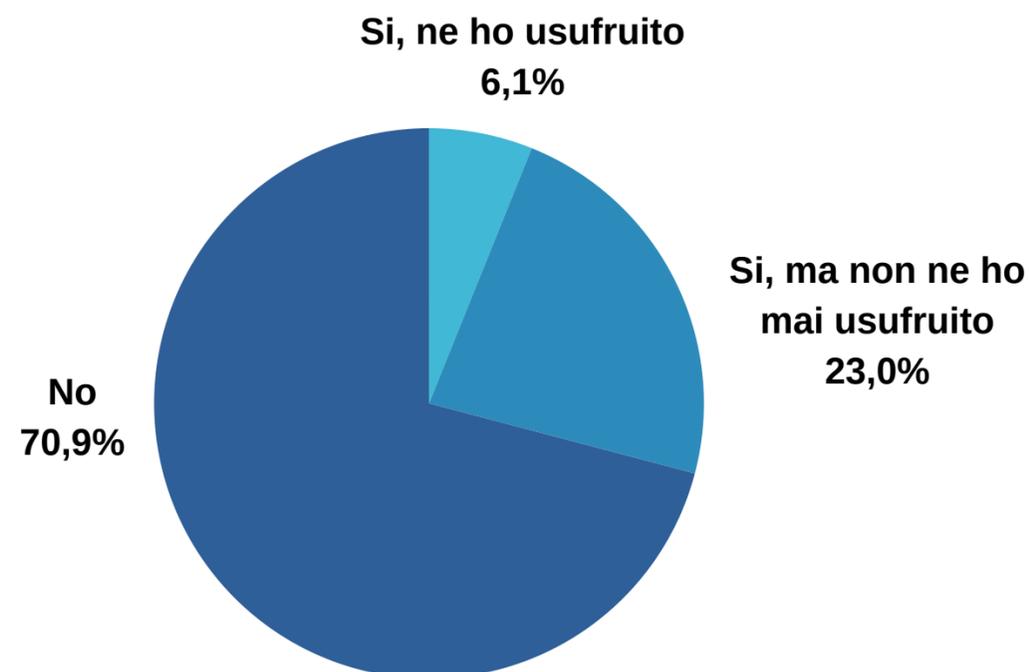
N=358



In generale, le informazioni riportate sul sito internet dell'Azienda e le caratteristiche dello stesso sono ritenute soddisfacenti per gli utenti. Migliorabile il servizio di bigliettazione online.

Marketing - Assistenza tramite pagina Facebook ufficiale

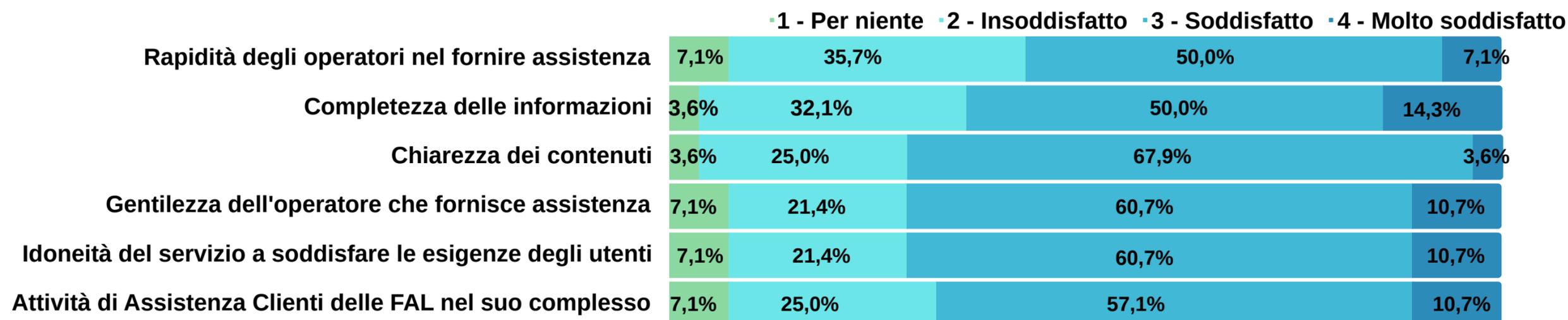
È a conoscenza dell'attività di Assistenza ai Clienti che le FAL effettuano attraverso la propria pagina Facebook ufficiale?



N=457

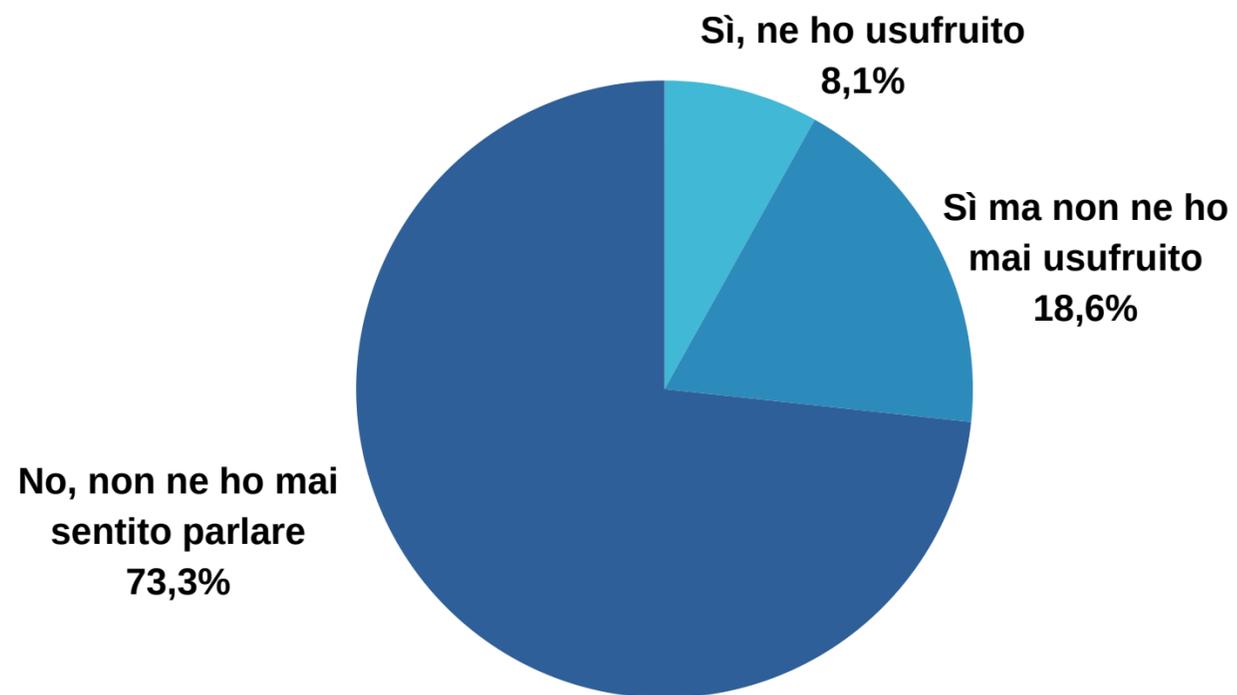
Il servizio di Assistenza tramite la pagina Facebook ufficiale è, in gran parte, sconosciuto. Chi ne usufruisce lo trova utile per reperire informazioni chiare e complete da parte degli operatori.

Soddisfazione riguardo l'assistenza tramite pagina Fb



Marketing - Acquisto biglietti

Acquisto del biglietto unico integrato emesso da FAL e Ferrotramviaria-Ferrovie del Nord Barese per tutte le destinazioni di entrambi i vettori



Acquisto dei biglietti per i mezzi FAL in tutte le biglietterie Trenitalia

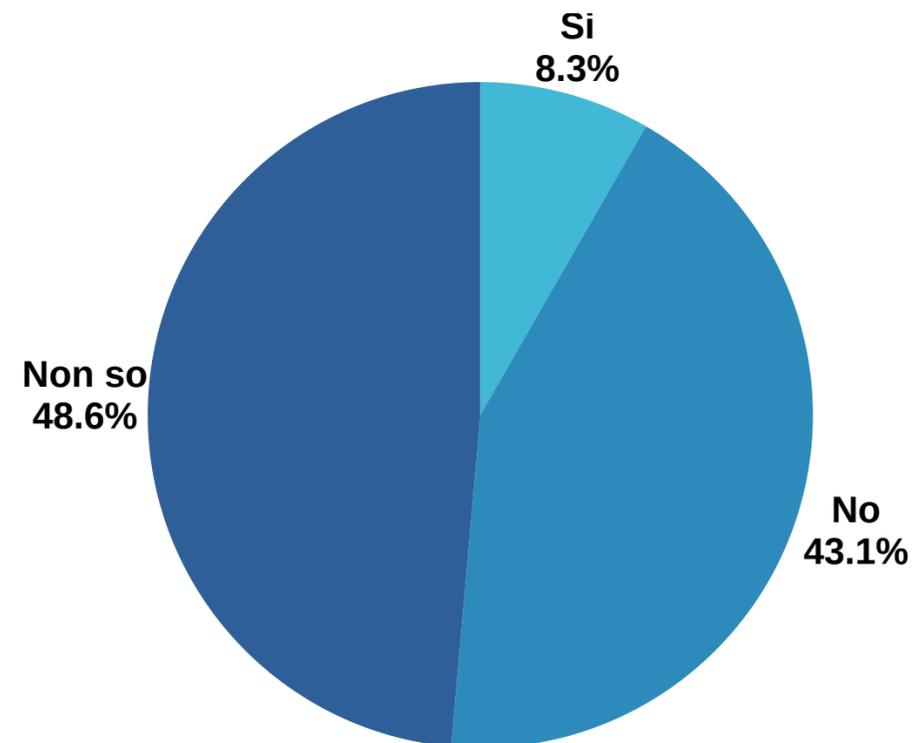


N=457

Risulta necessario promuovere ulteriormente le possibilità di acquisto del biglietto unico integrato FAL-FNB e del biglietto per i mezzi FAL nelle biglietterie Trenitalia, in quanto ben oltre la metà degli intervistati non ne è a conoscenza.

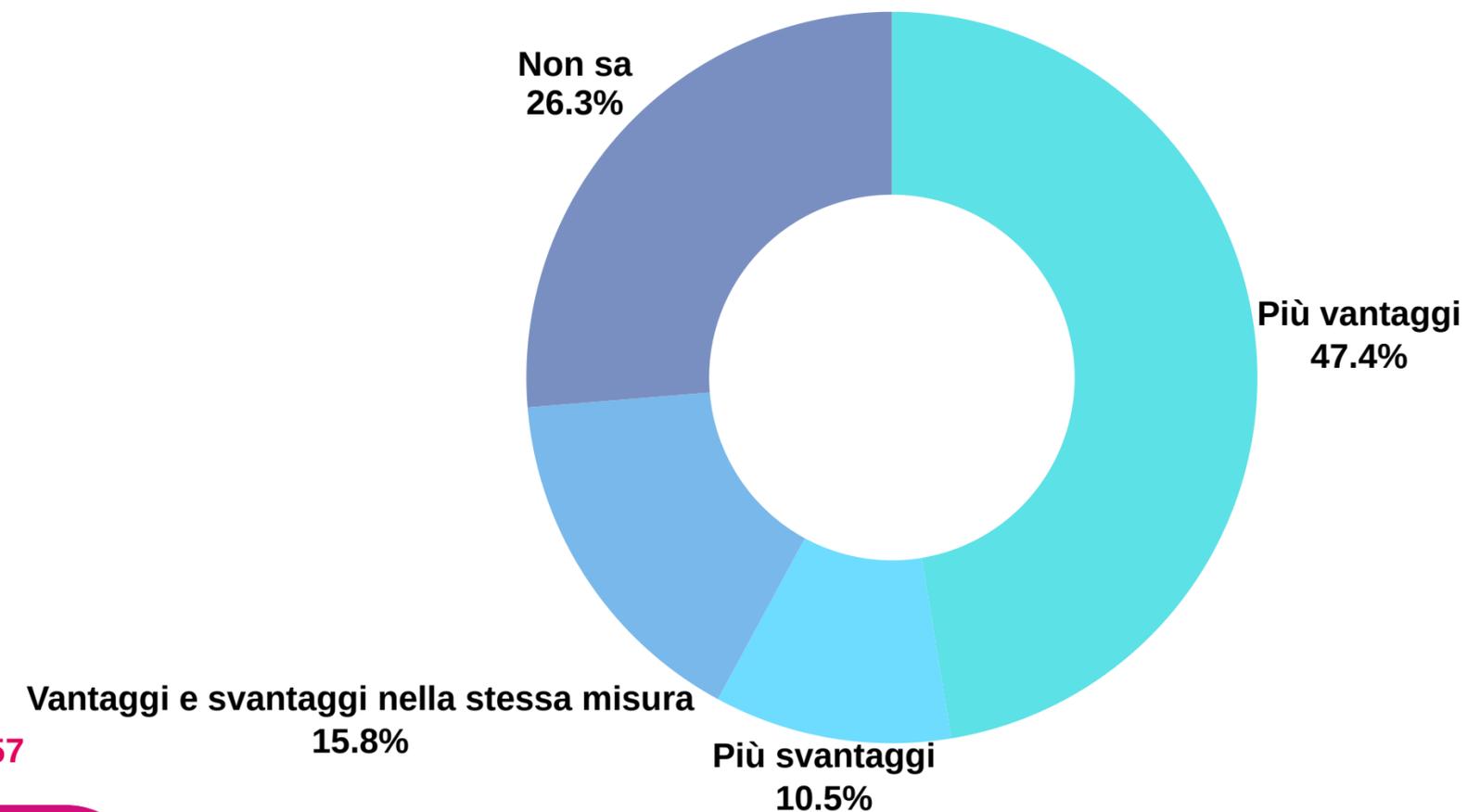
Marketing - Progetti

Conoscenza del progetto FAL denominato "Strade Nuove" in collaborazione con il Comune di Bari e la Regione Puglia



Secondo lei, il progetto FAL "Strade Nuove" per favorire il decongestionamento del traffico automobilistico e migliori collegamenti tra i quartieri Picone e Poggiofranco della città di Bari porterà ai cittadini più vantaggi o svantaggi? (*)

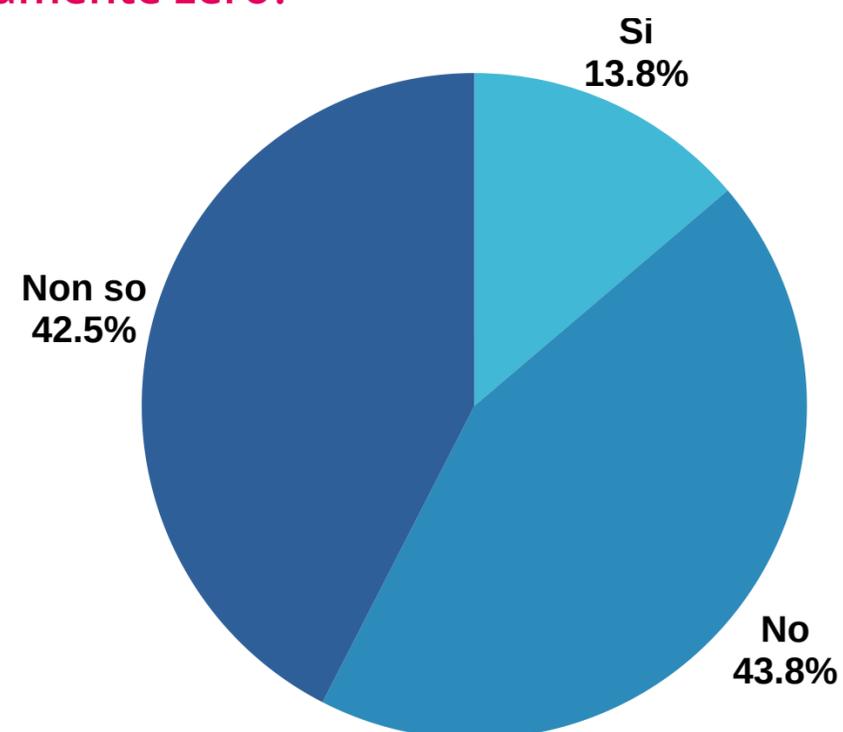
N=457



Il progetto "Strade Nuove" risulta essere ancora poco conosciuto dall'utenza, ma la maggior parte crede che questo sarà vantaggioso per i cittadini.

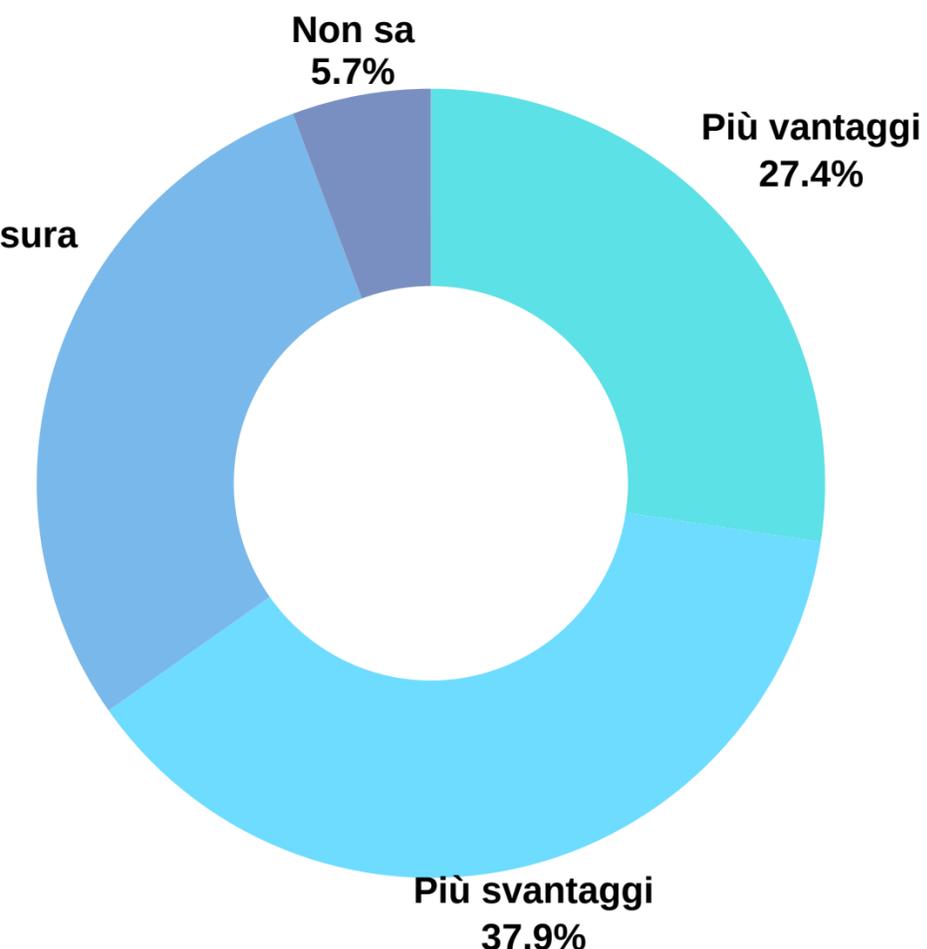
Marketing - Progetti

È a conoscenza del nuovo progetto FAL che prevede, a partire dal 2026, la messa in esercizio di treni elettrici alimentati completamente a batteria a emissioni CO2 completamente zero?



Quanto si ritiene favorevole a questo nuovo progetto FAL che prevede, a partire dal 2026, la messa in esercizio di treni elettrici alimentati completamente a batteria a emissioni CO2 completamente zero?

Vantaggi e svantaggi nella stessa misura
29.1%



N=457

Il nuovo progetto FAL per la messa in esercizio dei treni elettrici risulta molto poco conosciuto dall'utenza, che non riesce a comprenderne realmente i vantaggi, dividendosi tra le polarizzazioni e i giudizi tra positivi e negativi.



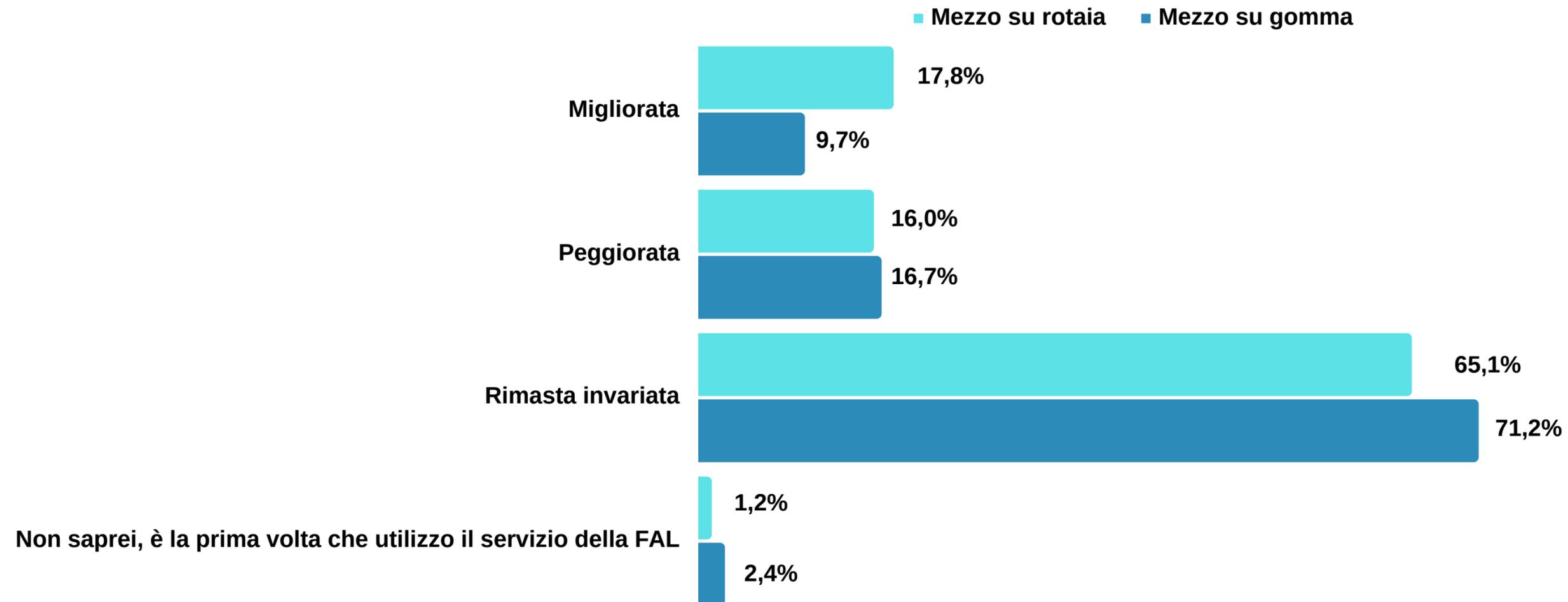
FROM DATA TO GROWTH

PART OF **Bitles**

Relazioni significative

Valutazione complessiva della fruizione in rapporto al mezzo

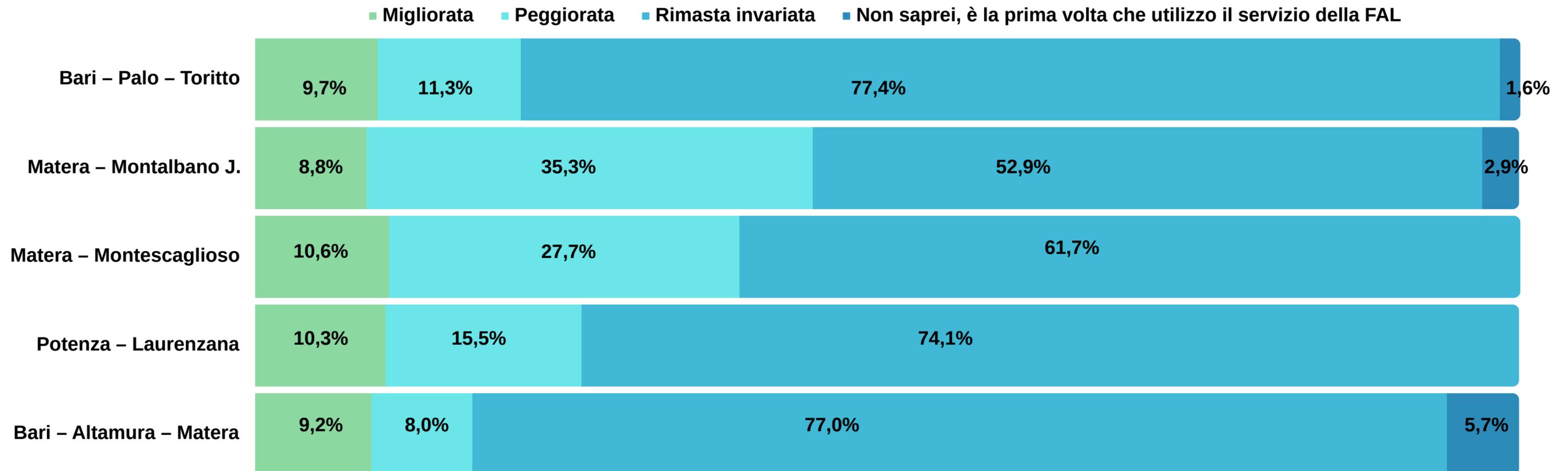
Mezzo di trasporto Vs Esperienza di fruizione del servizio



Nel complesso, l'esperienza di fruizione è rimasta invariata relativamente ad entrambe le tipologie di mezzo di trasporto. Si osserva una piccola variazione positiva, soprattutto per i mezzi su rotaia.

Valutazione complessiva della fruizione in rapporto alla linea automobilistica

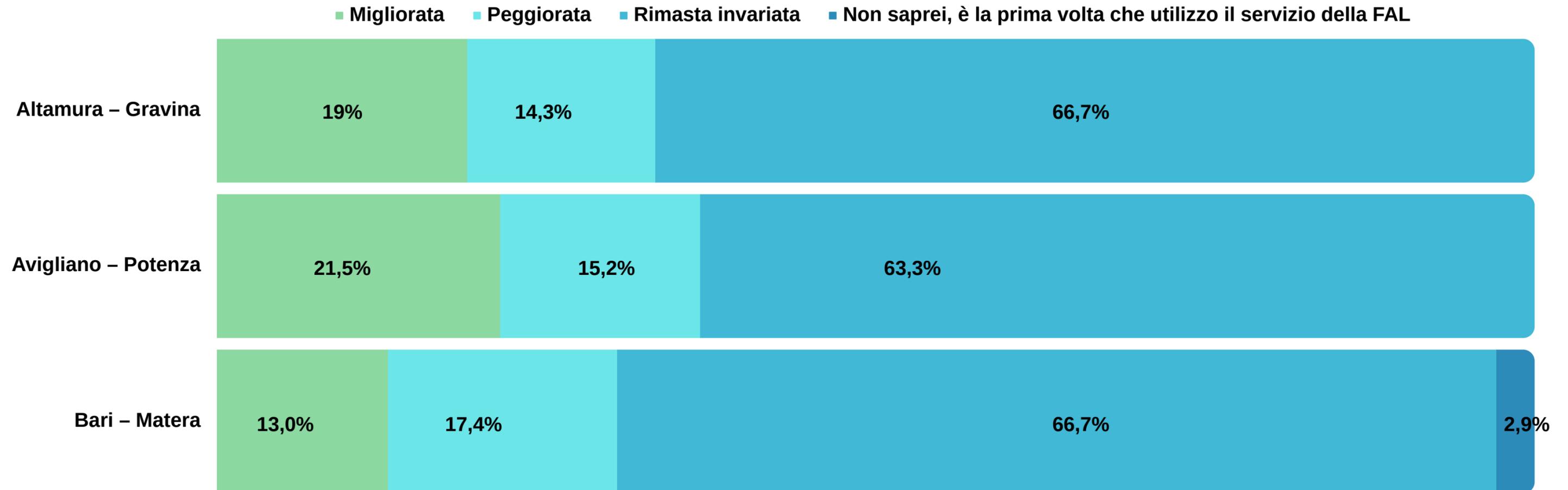
Linea automobilistica dell'intervista Vs Esperienza di fruizione del servizio



La valutazione dell'esperienza sulle linee automobilistiche è pressoché rimasta la stessa rispetto alla precedente rilevazione.

Valutazione complessiva della fruizione in rapporto alla linea ferroviaria

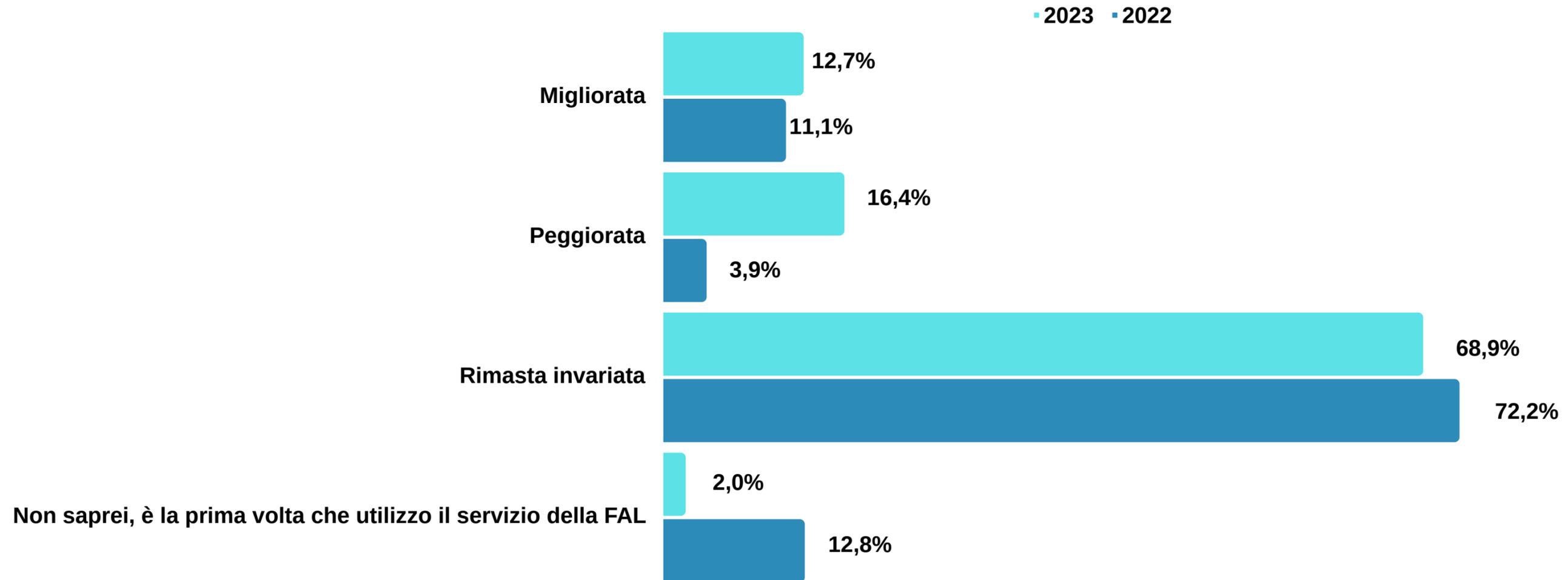
Linea ferroviaria dell'intervista Vs Esperienza di fruizione del servizio



L'esperienza sulle linee ferroviarie è, in generale, valutata positivamente: risulta piuttosto stabile per tutte le linee, e, inoltre, migliorata per la metà delle rilevazioni effettuate in relazione alla tratta Altamura-Gravina.

Trend 2023-2022 della valutazione complessiva della fruizione dei servizi FAL

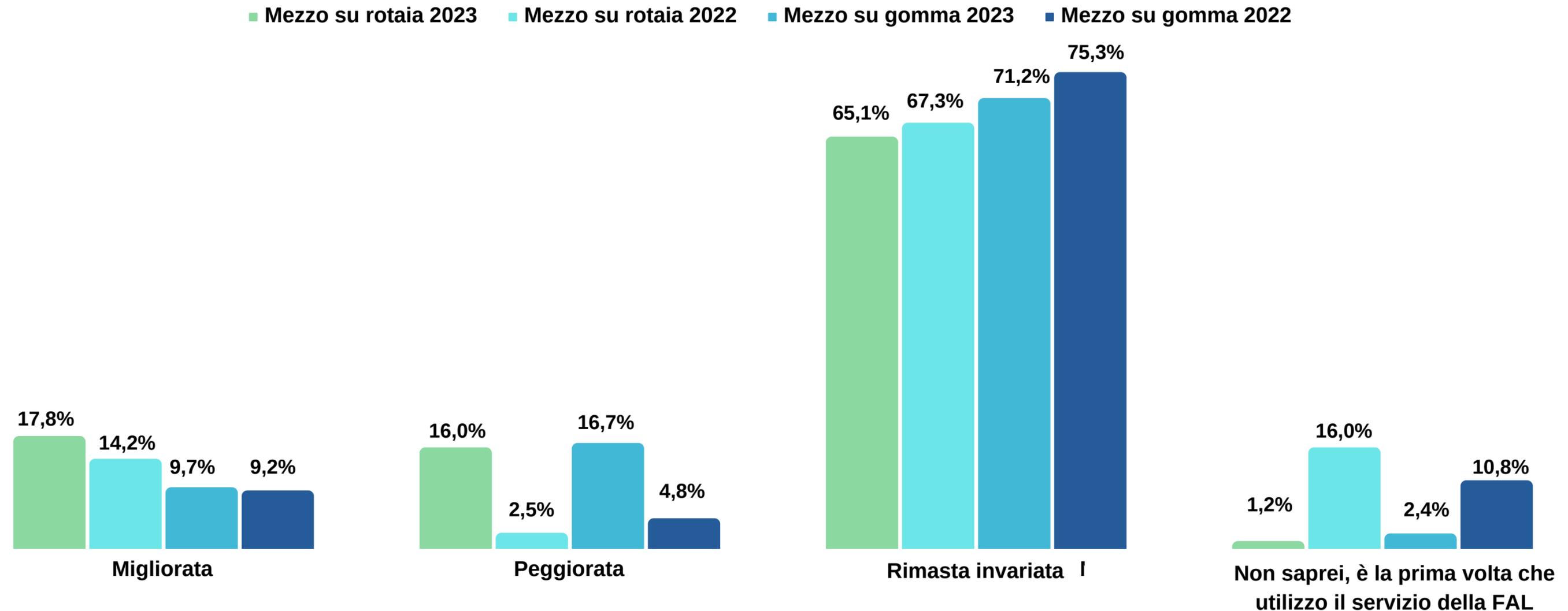
Soddisfazione complessiva 2023 Vs 2022



Rispetto alla rilevazione precedente, vi è un incremento di chi giudica peggiorato il servizio rispetto all'anno precedente (dal 3,9% al 16,4%).

Trend 2023-2022 della valutazione complessiva della fruizione per tipologia di mezzo

Valutazione complessiva 2023 Vs 2022 per tipologia di mezzo



La valutazione complessiva rispetto alla tipologia di mezzo di trasporto evidenzia una polarizzazione nei giudizi: da un lato un leggero incremento per chi ritiene sia migliorato il servizio, dall'altro un più deciso incremento per chi ritiene sia peggiorato nel corso degli ultimi 12 mesi.



FROM DATA TO GROWTH

PART OF **Bitles**

Conclusioni

Conclusioni

L'indagine di Customer Satisfaction svolta nel mese di Dicembre 2023 dà origine a **risultati di performance dei servizi offerti da FAL complessivamente stabili**, pur mostrando un **un lieve peggioramento complessivo della performance complessiva del servizio evidenziata da 1 utente su 10, determinato in special modo da una performance più negativa del comparto automobilistico**. In particolare, affette da giudizio più negativo rispetto alle altre linee campionate sono la Matera-Montescaglioso e la Matera-Montalbano Jonico. Pertanto, diminuisce la quota di utenti che non si polarizza sul giudizio positivo o negativo, ovvero chi pensa che la situazione sia invariata: **la percezione generale è che l'azienda si stia evolvendo**, in alcuni casi in senso migliorativo (linee ferroviarie e qualità dei mezzi su ferro e su gomma) e in altri in senso peggiorativo (le linee automobilistiche nel complesso).

Sempre più critici gli utenti sulla frequenza dei mezzi nei giorni festivi e nel periodo estivo, giudicata come insoddisfacente da un numero sempre più alto di persone.

D'altra parte, **si registra un incremento di nuovi utenti rispetto al passato**, caratterizzato da un pubblico piuttosto stabile nell'epoca Post-Covid. Si tratta di un ritorno più concreto all'utilizzo dei mezzi pubblici, dopo un biennio di contrazione dovuto allo scenario congiunturale.

Positive le valutazioni sul comfort dei mezzi, sull'aggiornamento del parco macchine e treni. Un trend che si conferma e restituisce all'azienda la risposta sul campo rispetto alle risorse messe in campo negli ultimi anni.

Critico il giudizio sul Call Center, con performance in calo. **Positivo**, invece, **il giudizio sull'assistenza via Facebook** e sul website ufficiale, che resta sopra la soglia della sufficienza nelle performance. **Migliorabile, al riguardo, il sistema di bigliettazione online.** Unico neo è la **scarsa conoscenza da parte del complesso degli utenti di questi strumenti informativi**, giudicati nel complesso come estremamente utili.

I progetti FAL "Strade Nuove" e quello sull'immissione in servizio di nuove motrici elettriche **non sono noti agli utenti.** Infatti, solo una piccolissima porzione ne conosce caratteristiche ed entità (sempre al di sotto del 15% del totale degli intervistati). È altresì evidente come alcuni di questi (ad es. Strade Nuove) sia territorialmente focalizzato sulla città di Bari, ma al tempo stesso risulta poco noto anche per gli stessi baresi.

Nel complesso, un trend positivo che si conferma con alcuni "warning" da attenzionare e indagare con più attenzione e costanza nel corso del breve periodo (performance delle linee automobilistiche, call center, comunicazione ampia di progetti e servizi di assistenza).



FROM DATA TO GROWTH

PART OF **Bitles**

GRAZIE

info@studiorp.it

www.studiorp.it

+39 080.990.99.81

+39 328.328.58.05