



RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO (ICM)  
SODDISFAZIONE DEL CLIENTE (ISC)  
*I Quadrimestre 2024*

16.05.2024

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 2 di 42

## SOMMARIO

1.0	PREMESSA .....	3
2.0	INQUADRAMENTO NORMATIVO: UNI EN 13816:2002 .....	4
3.0	INDAGINE DEL CLIENTE MISTERIOSO (ICM).....	6
3.1	METODOLOGIADI RILEVAZIONE ED IL CAMPIONE UTILIZZATO.....	6
3.1.1	MODALITÀ DI RILEVAZIONE .....	6
3.1.2	IL CAMPIONE.....	6
3.1.3	NUMEROSITÀ CAMPIONARIA RILEVAZIONI.....	6
3.2	FASI DI SVILUPPO DELL'INDAGINE .....	7
3.3	SCHEDA DI RILEVAZIONE .....	7
3.4	RILEVAZIONI .....	8
3.5	ELABORAZIONE DEL DATO E STIMA .....	9
3.6	RISULTATI DELLA RILEVAZIONE .....	9
3.6.1	QUALITÀ EROGATA .....	9
4.0	INDAGINE DI SODDISFAZIONE DEL CLIENTE (ISC).....	18
4.1	LA METODOLOGIA DI RILEVAZIONE ED IL CAMPIONE UTILIZZATO .....	18
4.1.1	Modalità di rilevazione .....	18
4.1.2	Il Campione.....	18
4.1.3	Numerosità campionaria .....	18
4.2	FASI DI SVILUPPO DELL'INDAGINE .....	19
4.3	QUESTIONARIO .....	20
4.4	INTERVISTE .....	21
4.5	ELABORAZIONE DEL DATO E STIMA .....	22
4.6	RISULTATI DELLA RILEVAZIONE .....	22
4.6.1	DATI SOCIO-ECONOMICI .....	23
4.6.2	ETA' .....	24
4.6.3	SESSO.....	25
4.6.4	OCCUPAZIONE.....	26
4.6.5	FREQUENZA DI UTILIZZO DEI MEZZI .....	27
4.6.6	MOTIVO DEL VIAGGIO .....	28
4.6.7	TITOLO DI VIAGGIO UTILIZZATO.....	29
4.6.8	QUALITÀ PERCEPITA/ ATTESA .....	30
5.0	ANALISI DEI GAP .....	36
5.1	GAP TRA QUALITÀ ATTESA E QUALITÀ PROGETTATA.....	36
5.2	GAP TRA QUALITÀ PROGETTATA E QUALITÀ EROGATA .....	37
5.3	GAP TRA QUALITÀ EROGATA E QUALITÀ PERCEPITA .....	39
5.4	GAP TRA QUALITÀ ATTESA E QUALITÀ PERCEPITA .....	41

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 3 di 42

## 1.0 PREMESSA

La rilevazione sulla soddisfazione dei clienti del servizio extraurbano di Trasporto Pubblico Locale erogato da AIR CAMPANIA S.p.A. ha lo scopo di monitorare e migliorare, con cadenza annuale, la qualità del servizio percepito ed atteso dagli utenti, migliorare la relazione con gli stessi e recepirne i suggerimenti. L'inchiesta è stata sviluppata con l'intento di ampliare le informazioni disponibili per il miglioramento del servizio. Gli obiettivi possono essere sintetizzati come segue:

- ✓ Fornire ad AIR CAMPANIA S.p.A. una valutazione significativa del grado di soddisfazione dei propri clienti, sia a livello globale sia per i singoli criteri di qualità del servizio, con la possibilità di fornire una correlazione per:
  - *Sesso/Età;*
  - *Professione;*
  - *Frequenza d'uso;*
  - *Motivo del viaggio;*
  - *Titolo di viaggio utilizzato.*
- ✓ Fornire una base per il confronto con i risultati delle inchieste degli anni a venire;
- ✓ Fornire agli utenti intervistati la testimonianza dell'impegno e dell'attenzione dell'azienda nei confronti dell'utenza e delle esigenze dell'intero territorio.

Il progetto è affidato al Responsabile del Sistema Integrato, Dr. Michele Marena (RUAC).

Le diverse fasi del progetto sono state realizzate secondo la seguente articolazione:

- ✓ Predisposizione del piano interviste:
  - Ing. Serenella Matarazzo;
- ✓ Predisposizione del questionario:
  - Dr.ssa Giuliana Artiaco;
- ✓ Inserimento dati:
  - Dr.ssa Giuliana Artiaco;
- ✓ Analisi dei dati:
  - Ing. Serenella Matarazzo; Dr.ssa Giuliana Artiaco;
- ✓ Presentazione e redazione della relazione finale:
  - Dr.ssa Giuliana Artiaco.

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 4 di 42

## 2.0 INQUADRAMENTO NORMATIVO: UNI EN 13816:2002

L'indagine di *Customer Satisfaction* può essere inquadrata nella più ampia attività di valutazione della qualità dei servizi erogati da un fornitore di trasporto pubblico, secondo quanto previsto dalla UNI EN 13816:2002.

In particolare, questa norma individua quattro diverse tipologie di qualità dei servizi di trasporto pubblico:

- ✓ **Qualità del servizio attesa:** il livello di qualità esplicitamente o implicitamente richiesto dal cliente; può essere determinato come la somma di un numero di criteri di qualità ponderati.
- ✓ **Qualità del servizio progettata:** il livello di qualità che il fornitore intende erogare ai clienti; può essere influenzata dalla qualità attesa dai clienti, da criteri contrattuali, limiti tecnici, pressioni interne ed esterne e dalle prestazioni dei concorrenti.
- ✓ **Qualità del servizio erogata:** il livello della qualità ottenuto rispetto a criteri misurabili obiettivamente, determinato su base quotidiana, dal punto di vista del cliente, mediante misurazione diretta della prestazione.
- ✓ **Qualità del servizio percepita:** il livello di qualità percepito dal cliente. E' l'impressione che il cliente riceve della qualità del servizio erogata e dipende dall'esperienza personale, dalle informazioni che ricevono sul servizio (dal fornitore o da altre fonti) e dall'ambiente personale.

Esse sono articolate secondo lo schema riportato alla pagina successiva.

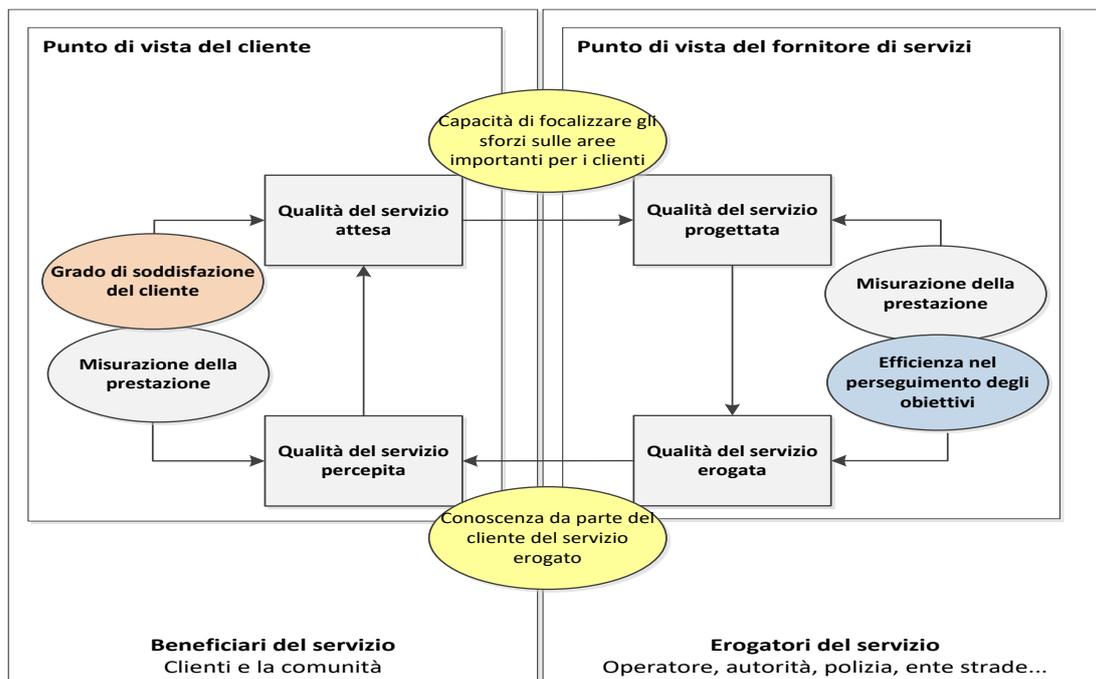


Figura 1: Ciclo di qualità del servizio

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	<i>ICM/ISC</i>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 5 di 42

La norma, inoltre, definisce i criteri di qualità del servizio, in base ai quali definire i propri indicatori di valutazione e quindi i propri indici di soddisfazione del cliente:

- 1) Disponibilità:** ambito del servizio offerto, in termini di area geografica, orari, frequenza e modalità di trasporto;
- 2) Accessibilità:** accesso al sistema di trasporto pubblico di passeggeri (TPP), inclusa l'interfaccia con altre modalità di trasporto;
- 3) Informazioni:** diffusione sistematica di notizie sul trasporto pubblico per facilitare la pianificazione e l'esecuzione dei viaggi;
- 4) Tempo:** aspetti rilevanti per la pianificazione ed esecuzione di viaggi;
- 5) Attenzione al cliente:** elementi introdotti per adattare più efficacemente il servizio di riferimento alle esigenze dei singoli clienti;
- 6) Comfort:** elementi del servizio introdotti allo scopo di rendere i viaggi sui mezzi di trasporto più rilassanti e piacevoli;
- 7) Sicurezza:** senso di protezione personale avvertito dai clienti, che deriva da misure effettivamente attuate e da attività volte a garantire che i clienti siano informati di tali misure;
- 8) Impatto ambientale:** effetto sull'ambiente complessivo che deriva dall'erogazione di un servizio di trasporto pubblico.

Questi criteri sono stati assunti quali elementi di riferimento per la predisposizione dell'indagine, non disgiunti dalle articolazioni che la stessa aveva avuto negli anni precedenti, come quanto previsto dalla normativa UN EN ISO 9001:2015 (Soddisfazione dei clienti) e ciò per fornire la necessaria consecutività alle indagini al fine della valutazione temporale degli indici di soddisfazione.

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 6 di 42

## 3.0 INDAGINE DEL CLIENTE MISTERIOSO (ICM)

### 3.1 METODOLOGIE DI RILEVAZIONE ED IL CAMPIONE UTILIZZATO

#### 3.1.1 MODALITÀ DI RILEVAZIONE

La rilevazione dei dati è stata attuata mediante la compilazione delle schede da parte degli osservatori/rilevatori presso i capolinea, i punti di fermata e direttamente sugli autobus, pianificando le indagini in modo da coprire le intere linee oggetto di analisi.

La pianificazione delle indagini è stata concepita in modo da avere a disposizione un campione statistico il più possibile significativo dell'universo, segmentandolo in funzione del giorno della settimana.

L'osservatore/rilevatore è stato dotato di un tesserino di libera circolazione al fine di consentirne l'accesso sulle linee per realizzare l'attività di rilevazione.

Si è provveduto a rendere edotto il personale in servizio circa la realizzazione periodica di indagini per la rilevazione della Qualità Erogata mediante una disposizione di servizio.

#### 3.1.2 IL CAMPIONE

La pianificazione dell'indagine è concepita in modo da coprire circa il 95% dei servizi erogati da AIR Campania (Linee Provinciali/Interregionali) durante le diverse fasi della giornata, al fine di assicurare la validità del campione statistico. Le rilevazioni sono state programmate per essere svolte con cadenza quadrimestrale e con consuntivazione annuale.

#### 3.1.3 NUMEROSITÀ CAMPIONARIA RILEVAZIONI

Il management di **AIR CAMPANIA S.p.A.** alla luce di quanto premesso, ha deciso di realizzare 48 rilevazioni, così distribuite:

GIORNO	LINEA PROVINCIALE		LINEA INTERREGIONALE	
	N. INDAGINI	DISTRIBUZIONE	N. INDAGINI	DISTRIBUZIONE
FERIALE	6	50%	2	33,3%
PREFESTIVO	4	30%	1	33,3%
FESTIVO	2	20%	1	33,4%
<b>TOTALE</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>
QUADRIMESTRE	N. INDAGINI	DISTRIBUZIONE	N. INDAGINI	DISTRIBUZIONE
1°	12	33,3%	4	33,3%
2°	12	33,3%	4	33,3%
3°	12	33,4%	4	33,4%
<b>TOTALE</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>48</b>			

Tabella1: Distribuzione indagini

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 7 di 42

### 3.2 FASI DI SVILUPPO DELL'INDAGINE

L'inchiesta si è sviluppata nelle seguenti fasi:

- Studio dell'indagine: si è provveduto a definire il format da utilizzare per la realizzazione delle indagini (ICM);
- Effettuazione delle indagini e raccolta delle schede;
- Elaborazione dei dati.

### 3.3 SCHEDA DI RILEVAZIONE

Lo strumento utilizzato per realizzare l'indagine è un modulo costituito da 8 schede di rilevazione (6 relative al servizio principale, 2 relative ai servizi correlati).

Tale scelta è stata compiuta in modo tale da ottenere dati quantitativi che forniscano risposte il più possibile precise e perfettamente analizzabili. La struttura del modulo è stata studiata per garantire gli obiettivi prefissati, cioè individuare i Macro-Criteri ed i Sotto-Criteri riguardanti l'erogazione del servizio, così come previsto dalla normativa di riferimento.

La scheda è stata revisionata il 20.01.2023 e ad oggi è in rev. 6. E' stata eliminata la domanda relativa al Covid 19 ed è stato aggiunto un riferimento al giorno della settimana (se feriale, festivo o prefestivo).

La sua costruzione ha previsto due fasi principali:

#### **Prima Fase:** *Scelta degli indicatori da inserire nelle schede di rilevazione*

Una volta definiti gli indicatori all'interno della procedura (PGQ 08), il modulo per l'Indagine Del Cliente Misterioso è stato strutturato come segue:

- **SEZIONE A- OSSERVAZIONE A TERRA ALLA FERMATA (PRIMA DI SALIRE):** contiene un set di indicatori che permettono di valutare gli aspetti relativi la biglietteria, lo stato (esterno) del mezzo, la puntualità di arrivo del mezzo.
- **SEZIONE B- OSSERVAZIONE A BORDO:** permette di descrivere diversi aspetti relativi al comfort del viaggio (pulizia, posti disponibili, servizi per disabili) e del comportamento del personale di bordo.
- **SEZIONE C- OSSERVAZIONE SULLO STATO DEL MEZZO:** consente la valutazione di aspetti quali la sicurezza a bordo mezzo, attenzione al cliente e disponibilità di informazioni.
- **SEZIONE D- OSSERVAZIONE SULL'AUTISTA:** insieme di indicatori volti a valutare il comportamento del conducente.
- **SEZIONE E- OSSERVAZIONE SULLO STATO DELLA VIABILITÀ:** indicatori riferiti alle condizioni esterne (viabilità, corsie di emergenza).

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 8 di 42

- **SEZIONE F- OSSERVAZIONE ALLA FERMATA (ALLA DISCESA):** set di indicatori che permettono di valutare gli aspetti relativi le informazioni disponibili, la pulizia e il comfort alla fermata, l'impianto di scarico e la rumorosità del mezzo.
- **SEZIONE G- OSSERVAZIONE CENTRALINO:** indicatori volti a valutare cortesia, capacità e tempi di risposta dell'operatore telefonico.
- **SEZIONE H- OSSERVAZIONE SITO-WEB AZIENDALE:** insieme di parametri relativi al web-site aziendale (disponibilità informazioni/biglietti, frequenza aggiornamento sito).

### **Seconda fase: Selezionare il formato della risposta**

La scelta della scala di misura è ricaduta nella scala decimale universale, questo per permettere agli utenti di esprimersi con diverse gradazioni di soddisfazione ad ogni singolo quesito. La scala delle risposte, quindi, riflette quanto gli aspetti del servizio siano soddisfacenti o insoddisfacenti.

Nella revisione del 20.01.2023 è stato eliminato il valore di risposta 0 qualora si fosse impossibilitati nel rispondere; in questo modo la non applicabilità della domanda al singolo caso, non "pesa" sulla media generale. Al posto dello zero sarà indicata la voce "non rilevabile".

## **3.4 RILEVAZIONI**

Sono state effettuate tutte le rilevazioni come pianificato ovvero 12 per la linea provinciale e 4 per quella interregionale, così suddivise:

<b>Linee provinciali</b>	<b>FE</b>	<b>P</b>	<b>F</b>	<b>Linee interregionali</b>	<b>FE</b>	<b>P</b>	<b>F</b>
Avellino Napoli	2	1	1	Napoli Foggia	1	1	1
Salerno Napoli	3	2		Napoli Campobasso	1		
Napoli Capua	1	1					
Teverola Napoli	1						

Le rilevazioni sono state condotte con le seguenti modalità:

- Compilazione della scheda identificativa;
- Osservazione a terra alla fermata (prima della salita/a fine corsa);
- Osservazione a bordo del mezzo;
- Osservazione del web-site aziendale e del centralino.

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	<i>ICM/ISC</i>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 9 di 42

### 3.5 ELABORAZIONE DEL DATO E STIMA

I dati raccolti con le rilevazioni sono stati elaborati in modo da ricavare:

- Informazioni sui mezzi e le linee soggette a valutazione;
- Distribuzioni percentuali delle valutazioni per ciascun fattore di qualità;
- Elaborazione disaggregata dei dati per tipologia di linea.

L'elaborazione ha prodotto, dunque, informazioni precise in relazione al campione analizzato ed ha permesso di determinare la stima dei parametri in relazione all'intera popolazione.

### 3.6 RISULTATI DELLA RILEVAZIONE

Dal punto di vista operativo si è proceduto alla realizzazione delle seguenti attività:

- Predisposizione del Calendario dei rilevamenti e sua approvazione;
- Acquisizione delle informazioni;
- Analisi dei dati e presentazione dei risultati.

Dal punto di vista della predisposizione del programma, l'indagine del Cliente Misterioso è stata parte integrante dell'indagine più vasta ed articolata sulla rilevazione della qualità prevista dalla norma UNI EN 13816:2002 (Progettata/ Erogata/ Percepita/ Attesa).

Nel complesso sono stati impegnati sul campo due rilevatori indipendenti e opportunamente formati per comportarsi come normali clienti, i quali hanno giudicato il servizio erogato in base a standard predefiniti.

Terminata la fase di rilevazione sul campo si è proceduto all'attività di editing ed eventuale codifica delle informazioni mancanti (questa fase è necessaria per assicurare la presenza dei riferimenti di ogni singolo monitoraggio). I dati raccolti e sistematizzati sono stati opportunamente elaborati ed analizzati al fine di produrre una presentazione di sintesi in forma grafica dei principali risultati unitamente al presente rapporto.

Nei successivi paragrafi verranno presentati i risultati dell'indagine sulla Qualità Erogata analizzando ogni volta il servizio sia nella sua totalità che nelle singole tipologie: Provinciale/Interregionale.

#### 3.6.1. QUALITÀ EROGATA

Attraverso le schede di rilevazione sono state raccolte le informazioni ritenute rilevanti per le analisi successive.

Di seguito si riportano le tabelle riassuntive riferite alle linee in esame.

## A. LINEE PROVINCIALI

DISPONIBILITÀ																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA	
RETE																	95,00%	
	IQE (Rete)	95,00%											0%					
OPERATIVITÀ																	95,00%	
	IQE (Operatività)	95,00%											0%					
ADEGUATEZZA																	95,00%	
	IQE (Adeguatezza)	95,00%											0%					
FIDATEZZA																	95,00%	
	IQE (Fidatezza)	95,00%											0%					
INTEGRAZIONE TARIFFARIA	Il biglietto è integrabile?	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	100%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
	IQE (Integrazione tariffaria)	100,00%											100%					
IQE (DISPONIBILITÀ)		96,00%											100%					

Tabella 2: Linee Provinciali – Disponibilità

ACCESSIBILITÀ																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA	
DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA	Disponibilità acquisto biglietto a bordo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	20%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
	Funzionamento della validatrice	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	30%	7,92	6,0	☺	79,17%
		N*	0	0	0	0	5	0	0	0	0	7						
Stampigliatura su biglietto	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	25%	5,83	6,0	☹	58,33%	
	N*	0	0	0	1	0	11	0	0	0	0							
Orario corretto	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	25%	8,64	6,0	☺	86,36%	
	N*	0	0	0	0	3	0	0	0	0	8							
IQE (DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA)		80,97%											100%					
INTERFACCIA ESTERNA	Condizioni del traffico	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	30%	8,75	6,0	☺	87,50%
		N*	0	0	0	0	3	0	0	0	0	9						
	Condizioni corsie preferenziali	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	8	30%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8						
Scritte e/o adesivi sui cartelli	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	9	40%	7,22	6,0	☺	72,22%	
	N*	0	0	0	0	5	0	0	0	0	4							
IQE (ACCESSIBILITÀ)		86,57%											100%					
IQE (ACCESSIBILITÀ)		83,77%																

Tabella 3: Linee Provinciali – Accessibilità

INFORMAZIONI																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
INFORMAZIONI GENERALI	Informazioni sul reperimento dei titoli di viaggio	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	25%	5,42	6,0	☹	54,17%
		N°	0	0	0	0	11	0	0	0	0	1						
	Disponibilità on-line del sito web aziendale	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	25%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Ultimo aggiornamento del sito web	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	25%	8,50	6,0	☹	85,00%
	N°	0	0	0	1	0	0	0	6	0	5							
	Completezza delle informazioni sul sito web	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	25%	8,17	6,0	☹	81,67%
	N°	0	0	0	0	0	2	0	7	0	3							
	IQE (INFORMAZIONI GENERALI)	80,21%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
INFORMAZIONI COND. NORMALI	Tempo di risposta dell'operatore al centralino	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	7	15%	4,00	6,0	☹	40,00%
		N°	0	4	0	0	0	2	0	1	0	0						
	Diffusione orari alle fermate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	35%	6,25	6,0	☺	62,50%
		N°	0	0	0	0	9	0	0	0	0	3						
	Cartelli informativi interni strappati/spiegazzati	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	35%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12							
	Corretta esposizione della destinazione	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	7%	10,00	6,0	☹	100,00%
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11							
	Locandine A4 a tergo dell'autista	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	6	8%	6,67	6,0	☹	66,67%
	N°	0	0	0	0	4	0	0	0	0	2							
	IQE (INFORMAZIONI COND. NORMALI)	73,83%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
INFORMAZIONI IN COND. ANORMALI																		90,00%
	IQE (INFORMAZIONI COND. Anormali)	90,00%																
IQE (INFORMAZIONI)																	81,35%	

Tabella 4: Linee Provinciali – Informazioni

TEMPO																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
DURATA DEL VIAGGIO E RISPETTO DELL'ORARIO	Indicare il tipo di frequenza riportata e il tempo di attesa	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	50%	8,67	6,0	☺	86,67%
		N°	0	0	0	0	1	0	6	0	5							
	Puntualità del bus	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	50%	6,00	6,0	☺	60,00%
	N°	0	0	0	2	0	8	0	2	0	0							
	IQE (TEMPO)	73,33%											100%					
IQE (TEMPO)																	73,33%	

Tabella 5: Linee Provinciali – Tempo

ATTENZIONE AL CLIENTE																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
IMPEGNO	Esposizione regolamento di servizio	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	100%	5,45	6,0	⊖	54,55%
		N*	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0						
IQE (IMPEGNO)		54,55%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
INTERFACCIA CLIENTI	Invio reclamo/suggerimento attraverso modulo web	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	100%	6,00	6,0	⊕	60,00%
		N*	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0						
IQE (INTERFACCIA CLIENTI)		60,00%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
PERSONALE	Atteggimento dell'autista nelle eventuali relazioni con gli utenti	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	9,50	6,0	⊕	95,00%
		N*	0	0	0	0	0	1	0	1	0	10						
	Il conducente polemizza con autisti o vigili	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Il conducente emetteva fermate non previste, e o non rispetta l'incarrozzamento SALITA/porta	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Il conducente abbandona il mezzo all'incarrozzamento	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Il conducente fuma/utilizza apparecchi elettronici durante la	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Il conducente espone giornali e/o riviste sul cruscotto	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Comportamento alla fermata del conducente	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	9,17	6,0	⊕	91,67%
		N*	0	0	0	1	0	1	0	0	0	10						
Cortesia dell'operatore al centralino	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	3	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%	
	N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3							
Capacità di risposta dell'operatore al centralino	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	2	10%	8,00	6,0	⊕	80,00%	
	N*	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0							
Riconoscibilità del personale	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	8,00	6,0	⊕	80,00%	
	N*	0	0	0	0	0	5	0	2	0	5							
IQE (PERSONALE)		94,67%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
OPZIONI DI BIGLIETTERIA	Tempo medio di attesa per acquisto biglietto in biglietteria	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	8	50%	7,50	6,0	⊕	75,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8						
	Disponibilità acquisto biglietto on-line	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	9	50%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9						
IQE (OPZIONI DI BIGLIETTERIA)		87,50%											100%					
IQE (ATTENZIONE AL CLIENTE)		78,90%																

Tabella 6: Linee Provinciali - Attenzione al Cliente

COMFORT																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
POSTI A SEDERE E SPAZIO DISP.	Disponibilità di posti/spazio disponibile a bordo dei mezzi	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	100%	6,33	6,0	⊕	63,33%
		N*	0	0	0	0	0	5	0	0	0	3						
IQE (POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE)		63,33%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
CONFORTEVOLEZZA DELLA CORSA	Apertura finestrini	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	10%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11						
	Funzionamento condizionatore dell'aria	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	9	12%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9						
	Illuminazione interna della vettura	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	8,00	6,0	⊕	80,00%
		N*	0	0	0	0	0	1	0	10	0	1						
	Corretta chiusura delle porte	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	16%	10,00	6,0	⊕	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12						
	Stile di guida dell'autista	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13%	7,00	6,0	⊕	70,00%
		N*	0	0	0	0	0	7	0	4	0	1						
Pulizia del mezzo(pavimento)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13%	7,50	6,0	⊕	75,00%	
	N*	0	0	0	0	0	4	0	7	0	1							
Pulizia del mezzo(sedili)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13%	6,67	6,0	⊕	66,67%	
	N*	0	1	0	0	0	5	0	6	0	0							
Pulizia dei mezzo(vetri,finestrini,porte)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	13%	7,00	6,0	⊕	70,00%	
	N*	0	0	0	0	0	6	0	6	0	0							
IQE (CONFORTEVOLEZZA DELLA CORSA)		82,71%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
CONDIZIONI AMBIENTALI	Pulizia della bacheca per informazioni e pubblicità	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	5	30%	6,80	6,0	⊕	68,00%
		N*	0	0	0	1	0	1	0	3	0	0						
	Tipi di fermata	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	30%	8,67	6,0	⊕	86,67%
		N*	0	0	0	0	0	4	0	0	0	8						
Danni alla struttura della fermata	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	20%	9,58	6,0	⊕	95,83%	
	N*	0	0	0	0	1	0	0	0	0	11							
Posizione del cartello di fermata	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	20%	9,17	6,0	⊕	91,67%	
	N*	0	0	0	0	2	0	0	0	0	10							
IQE (CONDIZIONI AMBIENTALI)		85,54%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
ERGONOMIA	Servizi per persone con ridotta capacità motoria	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	6	100%	9,17	6,0	⊕	91,67%
N*	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5								
IQE (ERGONOMIA)		91,67%											100%					
IQE (COMFORT)		80,81%																

Tabella 7: Linee Provinciali - Comfort

SICUREZZA																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
SECURITY	Presenza di telecamere di sorveglianza	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	8	100%	7,50	6,0	☹	75,00%
		N*	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0						
	IQE (SECURITY)	75,00%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
SAFETY	Adesivi pubblicitari esterni semiscollati	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	4%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
	Parti di carrozzeria esterna staccate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	32%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0						
	Guasti tecnici al mezzo durante il viaggio	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	32%	9,58	6,0	☺	95,83%
		N*	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0						
Parti di carrozzeria interne staccate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	32%	10,00	6,0	☺	100,00%	
	N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							12
	IQE (SAFETY)	98,96%											100%					
IQE (SICUREZZA)	86,98%																	

Tabella 8: Linee Provinciali – Sicurezza

IMPATTO AMBIENTALE																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
INQUINAMENTO	Vibrazioni interne della vettura:finestrini, sedili, porte	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	30%	9,00	6,0	☺	90,00%
		N*	0	0	0	0	0	1	0	4	0	7						
	In sosta al capolinea il motore è spento	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	20%	7,92	6,0	☺	79,17%
		N*	0	0	0	0	5	0	0	0	0	7						
	Impianto di scarico del veicolo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	6	20%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6						
Rumorosità interna della veicolo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	10%	8,73	6,0	☺	87,27%	
	N*	0	0	0	1	0	0	0	4	0	6							
Rumorosità esterna del veicolo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	8,67	6,0	☺	86,67%	
	N*	0	0	0	0	0	2	0	4	0	6							
Cigolio dei freni durante le fermate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	10%	9,33	6,0	☺	93,33%	
	N*	0	0	0	0	0	0	0	4	0	8							
	IQE (INQUINAMENTO)	89,41%											100%					
IQE (IMPATTO AMBIENTALE)	89,41%																	

Tabella 9: Linee Provinciali - Impatto Ambientale

## B. LINEE INTERREGIONALI

DISPONIBILITÀ																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE									TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA		
RETE																100,00%		
	IQE (RETE)	100,00%										0%						
OPERATIVITÀ																100,00%		
	IQE (OPERATIVITÀ)	100,00%										0%						
ADEGUATEZZA																100,00%		
	IQE (ADEGUATEZZA)	100,00%										0%						
FIDATEZZA																100,00%		
	IQE (FIDATEZZA)	100,00%										0%						
INTEGRAZIONE TARIFFARIA	Il biglietto è integrabile?	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	100%	10,00	6,0	☺	100,00%
	IQE (INTEGRAZIONE TARIFFARIA)	100,00%										100%						
	IQE (DISPONIBILITÀ)	100,00%										100%						

Tabella 10: Linee Interregionali – Disponibilità

ACCESSIBILITÀ																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE									TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA		
DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA	Disponibilità acquisto biglietto a bordo	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	20%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4					
	Funzionamento della validatrice	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	30%	8,75	6,0	☺	87,50%
		N°	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3					
	Stampigliatura su biglietto	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	25%	7,00	6,0	☺	70,00%
	N°	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0						
	Orario corretto	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	25%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	IQE (DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA)	89,38%										100%						
INTERFACCIA ESTERNA	Condizioni del traffico	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	30%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Condizioni corsie preferenziali	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	30%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Scritte e/o adesivi sui cartelli	VOTO N°	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	40%	7,50	6,0	☺	75,00%
	N°	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2						
	IQE (INTERFACCIA ESTERNA)	91,67%										100%						
	IQE (ACCESSIBILITÀ)	90,52%																

Tabella 11: Linee Interregionali – Accessibilità

INFORMAZIONI																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA	
INFORMAZIONI GENERALI	Informazioni sul reperimento dei titoli di viaggio	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	25%	6,25	6,0	☹	62,50%
		N°	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1						
	Disponibilità on-line del sito web aziendale	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	25%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
INFORMAZIONI COND. NORMALI	Ultimo aggiornamento del sito web	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	25%	9,50	6,0	☺	95,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3						
INFORMAZIONI COND. ANORMALI	Completezza delle informazioni sul sito web	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	25%	8,50	6,0	☺	85,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	3	0	1						
	IQE (INFORMAZIONI GENERALI)	85,63%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA	
INFORMAZIONI COND. NORMALI	Tempo di risposta dell'operatore al centralino	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	15%	7,00	6,0	☹	70,00%
		N°	0	1	0	0	0	0	0	2	0	1						
	Diffusione orari alle fermate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	35%	6,25	6,0	☹	62,50%
		N°	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1						
	Cartelli informativi interni strappati/spiegazzati	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	35%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
INFORMAZIONI COND. ANORMALI	Corretta esposizione della destinazione	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	7%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
INFORMAZIONI COND. ANORMALI	Locandine A4 a tergo dell'austista	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	8%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	IQE (INFORMAZIONI CONDIZIONI NORMALI)	86,50%											100%					
INFORMAZIONI IN COND. ANORMALI													100,0%	10,00	6,0		100,00%	
	IQE (INFORMAZIONI CONDIZIONI ANORMALI)	100,00%																
IQE (TOT)		90,71%																

Tabella 12: Linee Interregionali – Informazioni

TEMPO																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA	
DURATA DEL VIAGGIO E RISPETTO DELL'ORARIO	Indicare il tipo di frequenza riportata e il tempo di attesa	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	50%	8,00	6,0	☹	80,00%
		N°	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1						
	Puntualità del bus	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	50%	7,00	6,0	☺	70,00%
		N°	0	0	0	0	3	0	0	0	1							
	IQE (TEMPO)	70,00%											100%					
IQE (TEMPO)		75,00%																

Tabella 13: Linee Interregionali – Tempo

ATTENZIONE AL CLIENTE																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE								TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA			
IMPEGNO	Esposizione regolamento di servizio	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	2	100%	5,00	6,0	☹	50,00%
		N°	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0						
		50,00%									100%							
SOTTO-CRITERIO	IQE (IMPEGNO)																	
INTERFACCIA CLIENTI	Invio reclamo/suggerimento attraverso modulo web	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	100%	6,00	6,0	☺	60,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0						
		60,00%									100%							
SOTTO-CRITERIO	IQE (INTERFACCIA CLIENTI)																	
PERSONALE	Atteggiamento dell'autista nelle eventuali relazioni con gli utenti	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	9,50	6,0	☺	95,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3						
	Il conducente polemizza con autisti o vigili	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Il conducente effettua fermate non previste, e o non rispetta l'incarrozzamento SALITA(porta anteriore),DISCESA(porta posteriore)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Il conducente abbandona il mezzo all'incarrozzamento	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Il conducente fuma/utilizza apparecchi elettronici durante la guida	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Il conducente espone giornali e/o riviste sul cruscotto	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Comportamento alla fermata del conducente	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	9,50	6,0	☺	95,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3						
Cortesia dell'operatore al centralino	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	100%	10,00	6,0	☺	100,00%	
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1							
Capacità di risposta dell'operatore al centralino	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	10%	8,00	6,0	☺	80,00%	
	N°	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0							
Riconoscibilità del personale	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	6,50	6,0	☺	65,00%	
	N°	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1							
		93,50%									100%							
SOTTO-CRITERIO	IQE (PERSONALE)																	
OPZIONI DI BIGLIETTERIA	Tempo medio di attesa per acquisto biglietto in biglietteria	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	50%	7,50	6,0	☺	75,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Disponibilità acquisto biglietto on-line	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	50%	10,00	6,0	☺	100,00%
N°		0	0	0	0	0	0	0	0	0	4							
		87,50%									100%							
IQE (ATTENZIONE AL CLIENTE)		77,00%																

Tabella 14: Linee Interregionali – Attenzione al cliente

COMFORT																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE								TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA			
POSTI A SEDERE E SPAZIO DISP.	Disponibilità di posti/spazio disponibile a bordo dei mezzi	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	100%	7,50	6,0	☺	75,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0						
		75,00%									100%							
SOTTO-CRITERIO	IQE (POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE)																	
CONFORTABILITÀ DELLA CORSA	Apertura finestri	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Funzionamento condizionatore dell'aria	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	12%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Illuminazione interna della vettura	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	8,00	6,0	☺	80,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Corretta chiusura delle porte	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	16%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4						
	Stile di guida dell'autista	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	3	13%	7,33	6,0	☺	73,33%
		N°	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0						
Pulizia del mezzo(pavimento)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	13%	7,00	6,0	☺	70,00%	
	N°	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0							
Pulizia del mezzo(sedili)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	3	13%	6,00	6,0	☺	60,00%	
	N°	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0							
Pulizia del mezzo(vetri,finestrini,porte)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	13%	6,50	6,0	☺	65,00%	
	N°	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0							
		81,04%									100%							
SOTTO-CRITERIO	IQE (CONFORTABILITÀ DELLA CORSA)																	
CONDIZIONI AMBIENTALI	Pulizia della bacheca per informazioni e pubblicità	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	30%	6,00	6,0	☺	60,00%
		N°	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0						
	Tipi di fermata	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	30%	7,00	6,0	☺	70,00%
		N°	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1						
	Danni alla struttura della fermata	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	20%	7,50	6,0	☺	75,00%
N°		0	0	0	0	2	0	0	0	0	2							
Posizione del cartello di fermata	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	20%	10,00	6,0	☺	100,00%	
	N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4							
		76,25%									100%							
SOTTO-CRITERIO	IQE (CONDIZIONI AMBIENTALI)																	
ERGONOMIA	Servizi per persone con ridotta capacità motoria	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	3	100%	10,00	6,0	☺	100,00%
		N°	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3						
		100,00%									100%							
IQE (COMFORT)		83,07%																

Tabella 15: Linee Interregionali – Comfort

SICUREZZA																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA	
		VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9							10
SECURITY	Presenza di telecamere di sorveglianza	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	100%	7,50	6,0	☺	75,00%
	N*	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2						
	IQE (SECURITY)	75,00%											100%					
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA	
		VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9							10
SAFETY	Adesivi pubblicitari esterni semiscollati	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	4%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4							
	Parti di carrozzeria esterna staccate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	32%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4							
	Guasti tecnici al mezzo durante il viaggio	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	32%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4							
Parti di carrozzeria interne staccate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	32%	10,00	6,0	☺	100,00%	
N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4								
	IQE (SAFETY)	100,00%											100%					
IQE (SICUREZZA)	87,50%																	

Tabella 16: Linee Interregionali – Sicurezza

IMPATTO AMBIENTALE																		
SOTTO-CRITERIO	INDICATORE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PESO SOTTO-CRITERIO (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' EROGATA	
		VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9							10
INQUINAMENTO	Vibrazioni interne della vettura:finestrini, sedili, porte	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	30%	9,00	6,0	☺	90,00%
	N*	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2							
	In sosta al capolinea il motore è spento	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	20%	6,25	6,0	☺	62,50%
	N*	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1							
	Impianto di scarico del veicolo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	20%	10,00	6,0	☺	100,00%
	N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1							
	Rumorosità interna del veicolo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	8,50	6,0	☺	85,00%
	N*	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2							
Rumorosità esterna del veicolo	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	9,50	6,0	☺	95,00%	
N*	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3								
Cigolio dei freni durante le fermate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	4	10%	10,00	6,0	☺	100,00%	
N*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4								
	IQE (INQUINAMENTO)	88,75%											100%					
IQE (IMPATTO AMBIENTALE)	88,75%																	

Tabella 17: Linee Interregionali – Impatto ambientale

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 18 di 42

## 4.0 INDAGINE DI SODDISFAZIONE DEL CLIENTE (ISC)

### 4.1 LA METODOLOGIA DI RILEVAZIONE ED IL CAMPIONE UTILIZZATO

#### 4.1.1 Modalità di rilevazione

La rilevazione dei dati è stata attuata mediante la somministrazione diretta dei questionari agli utilizzatori del servizio presso i capolinea, i punti di fermata e direttamente sugli autobus, pianificando le interviste in modo da coprire l'intera linea oggetto di analisi. L'approccio ha consentito di:

- Identificare con certezza il cliente e di rilevare la sua percezione nel momento di fruizione del servizio;
- Facilitare l'effettuazione dell'intervista, grazie al rapporto diretto con il cliente, oltre a consentire un migliore approfondimento dei contenuti dell'intervista.

La pianificazione delle interviste è stata fatta in modo da avere a disposizione un campione statistico il più possibile significativo dell'universo dell'utenza, segmentandolo in funzione del giorno della settimana.

L'intervistatore è stato dotato di un tesserino di riconoscimento al fine di consentirne l'identificazione durante l'attività di rilevazione.

Si è provveduto a rendere edotta la clientela circa la somministrazione periodica di questionari per la rilevazione della *Customer Satisfaction* mediante la pubblicazione dell'informazione sulla Carta della Mobilità pubblicata sul web-site aziendale.

#### 4.1.2 Il Campione

Le interviste sono state pianificate in modo da coprire 4 linee provinciali e 2 interregionali durante le diverse fasi della giornata, al fine di assicurare la validità del campione statistico. Le interviste sono state programmate per essere svolte con cadenza quadrimestrale e con consuntivazione annuale.

#### 4.1.3 Numerosità campionaria

Per la quantificazione del numero di interviste da realizzare, avendo scelto un campionamento casuale semplice, è stata utilizzata la seguente formula:

$$n = \frac{\alpha^2 \sigma^2}{ET^2} \text{ numerosità del campione}$$

$$\text{con } \begin{cases} \alpha = 2,33 \text{ parametro caratteristico del livello di confidenza} \\ \sigma = 1 \text{ deviazione standard della caratteristica da rilevare} \\ ET = 0,1 \text{ errore tollerabile} \end{cases}$$

L'errore tollerabile, tenendo presente che la scala utilizzata è a quattro valori, è stato posto pari a 0,10, e si è richiesto un livello di confidenza del 98%, in corrispondenza del quale si ottiene  $\alpha=2,33$

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 19 di 42

LIVELLO DI CONFIDENZA	90%	95%	98%	99%
$\alpha$	1,645	1,96	2,33	2,58

Tabella 18: Livello di confidenza

La deviazione standard è stata ricavata dai dati storici delle Indagini sulla Qualità effettuate nel triennio precedente. Si è rilevato un valore medio di  $\sigma \approx 0,9$  per le diverse voci del questionario, si è quindi posto  $\sigma=1$  dimensionando così il campione per eccesso, in modo da garantire il livello di significatività minimo richiesto.

In conclusione, la numerosità campionaria richiesta, in base alle specifiche indicate, è:

$$n = \frac{\alpha^2 \sigma^2}{ET^2} = \frac{2,33^2 * 1^2}{0,1^2} = 542,89$$

Il management di **AIR CAMPANIA S.p.A.**, alla luce di quanto premesso, nella fase di progettazione della Customer aveva deciso di realizzare 600 interviste, così distribuite:

GIORNO	LINEA PROVINCIALE		LINEA INTERREGIONALE	
	N. INTERVISTE	DISTRIBUZIONE	N. INTERVISTE	DISTRIBUZIONE
FERIALE	75	50,0%	30	60,0%
PREFESTIVO	50	33,3%	15	30,0%
FESTIVO	25	16,7%	5	10,0%
<b>TOTALE</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>200</b>			
QUADRIMESTRE	N. INTERVISTE	DISTRIBUZIONE	N. INTERVISTE	DISTRIBUZIONE
1°	150	33,3%	50	33,3%
2°	150	33,3%	50	33,3%
3°	150	33,4%	50	33,4%
<b>TOTALE</b>	<b>450</b>	<b>100%</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>
<b>TOTALE</b>	<b>600</b>			

Tabella 19: Distribuzione interviste

**A fronte dei cambiamenti della rete aziendale, e vista la conseguente differenza di servizi tra le diverse linee in termini di numerosità corse, dall'ultimo quadrimestre del 2022 si è provveduto a riallineare il campionamento, aumentando il numero di interviste prodotte (vedi par. 4.4).**

## 4.2 FASI DI SVILUPPO DELL'INDAGINE

L'inchiesta si è sviluppata nelle seguenti fasi:

- Studio dell'indagine: si è provveduto a definire il questionario da utilizzare per il servizio (ISC);
- Effettuazione delle interviste e raccolta dei questionari;

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 20 di 42

➤ Elaborazione dei dati.

### 4.3 QUESTIONARIO

Lo strumento utilizzato per realizzare l'indagine è stato un questionario strutturato con quesiti a risposta chiusa, da sottoporre con interviste faccia a faccia.

Tale scelta è stata compiuta in modo tale da ottenere dati quantitativi che forniscano risposte il più possibile precise e perfettamente analizzabili.

La struttura del questionario è stata studiata per garantire gli obiettivi prefissati, cioè individuare i Macro-Criteri ed i Sotto-Criteri che influiscono sulla soddisfazione del cliente, così come previsto dalla normativa di riferimento.

Il questionario ha subito una revisione in data 20.01.2023 (rev. 7) con l'eliminazione della domanda relativa al Covid 19, l'aggiunta dell'identificazione del giorno dell'intervista (se feriale, festivo o prefestivo), un chiarimento relativo all'indicazione dei parametri relativi alla qualità attesa.

La sua costruzione ha previsto tre fasi principali:

#### **Prima Fase: Scelta delle domande da inserire nel questionario**

I questionari sono stati studiati in modo da consentire la verifica dell'attendibilità delle risposte fornite dagli utenti. Il numero di domande è rimasto contenuto, in maniera da evitare un eccessivo impegno di tempo da parte dell'intervistato e prevenire eventuali cali dell'attenzione nel corso dell'intervista e la formulazione delle domande è stata curata in modo da evitare ambiguità o difficoltà di comprensione.

Essi sono stati strutturati in tre componenti:

- A) Aspetti generali:** con domande finalizzate all'individuazione della tipologia di utenza (età, sesso, occupazione, residenza) e delle variabili relative all'utilizzo del servizio (frequenza e motivazioni d'utilizzo, possesso dell'abbonamento, ecc.);
- B) Criteri di Qualità:** con domande finalizzate alla rilevazione della valutazione qualitativa dei diversi criteri di qualità;
- C) Livello di importanza dei criteri:** con la richiesta di ordinare i criteri secondo le proprie preferenze.

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 21 di 42

### Seconda fase: Selezionare il formato della risposta

La scelta della scala di misura è ricaduta nella scala decimale universale, questo per permettere agli utenti di esprimersi con diverse gradazioni di soddisfazione ad ogni singolo quesito. La scala delle risposte, quindi, riflette quanto gli aspetti del servizio siano soddisfacenti (ottimo) o insoddisfacenti (pessimo).

### Terza fase: Scrivere la presentazione del questionario

È importante informare gli intervistati sulle intenzioni di base della ricerca, quindi, in modo conciso, sono stati spiegati gli scopi della ricerca. La descrizione degli obiettivi ha lo scopo di aumentare nei clienti la sensazione che le loro risposte risulteranno importanti al fine di raccogliere informazioni utili al progetto e quindi di stimolare la collaborazione degli intervistati.

## 4.4 INTERVISTE

I quadrimestre 2024: sono state effettuate tutte le interviste pianificate così suddivise:

<b>Linee Provinciali</b>	<b>FE</b>	<b>P</b>	<b>F</b>	<b>Linee interregionali</b>	<b>FE</b>	<b>P</b>	<b>F</b>
Avellino Napoli	45	20	5	Napoli Foggia	20	10	3
Salerno Napoli	25	5		Napoli Campobasso	12	5	
Napoli Capua	30	15	5				
Teverola Napoli	30	15	5				

Le interviste sono state condotte con le seguenti modalità:

- Fase di Contatto: presentazione del contesto e delle finalità dell'intervista; richiesta all'interlocutore di rendersi disponibile all'intervista stessa e assicurazione del rispetto dei principi della privacy;
- Somministrazione delle domande;
- Ringraziamento e chiusura dell'intervista.

Agli intervistati è stato richiesto di fornire risposta a tutte le domande attinenti alla loro esperienza con il servizio aziendale offerto.

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 22 di 42

È stato spiegato agli intervistati che i giudizi forniti dovevano essere relativi al quadrimestre in cui veniva erogata l'intervista, al fine di evitare giudizi dipendenti da esperienze passate e confrontare i dati finali dell'inchiesta con quelli relativi all'inchieste effettuate nel passato, o da effettuarsi in futuro.

#### 4.5 ELABORAZIONE DEL DATO E STIMA

I dati raccolti con le interviste sono stati elaborati in modo da ricavare:

- ✓ Informazioni sulle tipologie di utenza: distribuzione del campione per età, impiego, residenza, scopo di utilizzo del servizio;
- ✓ Distribuzioni percentuali delle valutazioni per ciascun fattore di qualità;
- ✓ Elaborazione disaggregata dei dati per tipologia di linea.

L'elaborazione ha prodotto, dunque, informazioni precise in relazione al campione intervistato ed ha permesso di determinare la stima dei parametri in relazione all'intera popolazione.

#### 4.6 RISULTATI DELLA RILEVAZIONE

Dal punto di vista operativo si è proceduto alla realizzazione delle seguenti attività:

- ✓ Predisposizione del Programma di Indagine e sua approvazione;
- ✓ Predisposizione del Calendario dei rilevamenti e sua approvazione;
- ✓ Reclutamento e formazione del personale preposto all'esecuzione delle indagini;
- ✓ Acquisizione delle informazioni;
- ✓ Restituzione ed analisi dei dati.

Dal punto di vista della predisposizione del programma, l'indagine di *Customer Satisfaction* è stata parte integrante dell'indagine più vasta ed articolata sulla rilevazione della qualità prevista dalla norma UNI EN 13816:2002 (Progettata/Erogata/Percepita/Attesa).

Dal punto di vista organizzativo è stata data indicazione ai rilevatori di effettuare le interviste ogni volta che nella realizzazione delle attività previste per la Qualità Percepita/Attesa si fossero trovati nella situazione utile per poter intervistare gli utenti. Pertanto, le interviste sono state realizzate sia a terra che a bordo e nella maggioranza dei casi ad utilizzatori di corse monitorate. Unica condizione è che fossero persone che stessero utilizzando o che si accingessero ad utilizzare il TPL. In

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 23 di 42

definitiva, l'indagine di *Customer Satisfaction* ha visto come target di riferimento unicamente un campione di attuali utilizzatori del servizio.

Tutta la rete è stata formata riguardo le caratteristiche generali dell'indagine, le modalità di raccolta dei dati, le schede utilizzate per la raccolta dei dati, la distribuzione dei turni di lavoro mediante un briefing preparatorio tenuto nella sede **AIR CAMPANIA S.p.A.** ad Avellino e che ha visto riuniti i rilevatori delle linee in esame.

Nel complesso sono stati impegnati sul campo contemporaneamente X rilevatori così distribuiti per linea:

LINEA	RILEVATORI
Provinciale	2
Interregionale	2

Terminata la fase di rilevazione sul campo si è proceduto alla non meno impegnativa attività di editing ed eventuale codifica delle informazioni mancanti (questa fase è necessaria per assicurare la presenza dei riferimenti di ogni singolo monitoraggio).

Ogni questionario è stato sottoposto a piano di controlli e verifica di qualità del dato: al termine della fase di controllo qualità dei dati sono stati considerati validi sono i questionari completi e coerenti. Superato il controllo di qualità, i dati raccolti e sistematizzati sono stati opportunamente elaborati ed analizzati al fine di produrre una presentazione di sintesi in forma grafica dei principali risultati unitamente al presente rapporto.

Nei successivi paragrafi verranno presentati i risultati dell'indagine sulla **Qualità Percepita/Attesa** analizzando ogni volta il servizio sia nella sua totalità che nelle singole tipologie: Interprovinciale/Interregionale.

#### 4.6.1 DATI SOCIO-ECONOMICI

Attraverso la scheda anagrafica posta in cima ai questionari sono state raccolte per il campione le informazioni sociodemografiche ritenute rilevanti per le analisi successive.

Si procede ad un'analisi statistica del campione attraverso l'uso di grafici a torta.

#### 4.6.2 ETA'

I dati presentati in Figura rappresentano la distribuzione del campione intervistato in funzione dell'età:

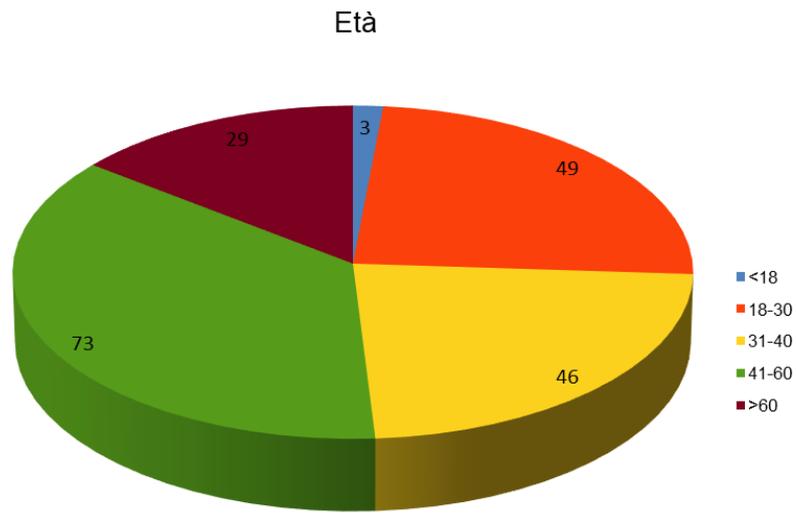


Figura 2. ETÀ linee provinciali

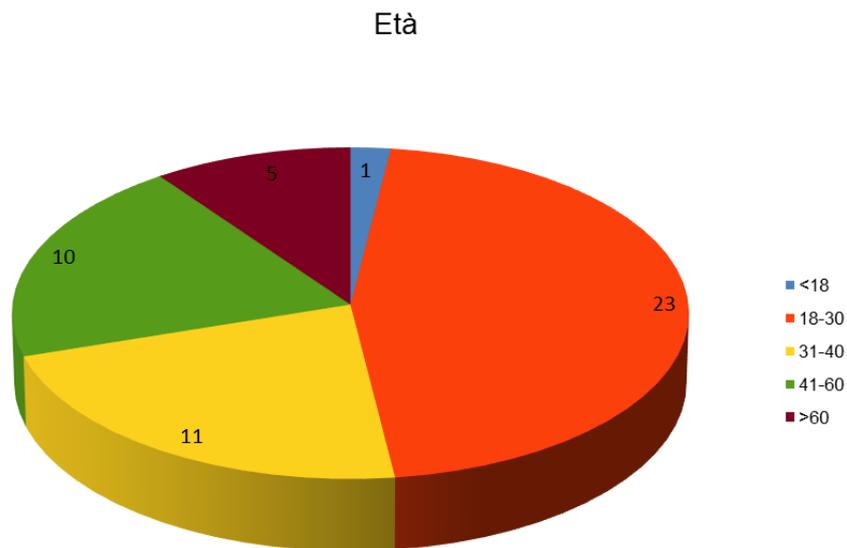


Figura 2bis. ETÀ linee interregionali

### 4.6.3 SESSO

La distribuzione per sesso degli intervistati è presentata in Figura:

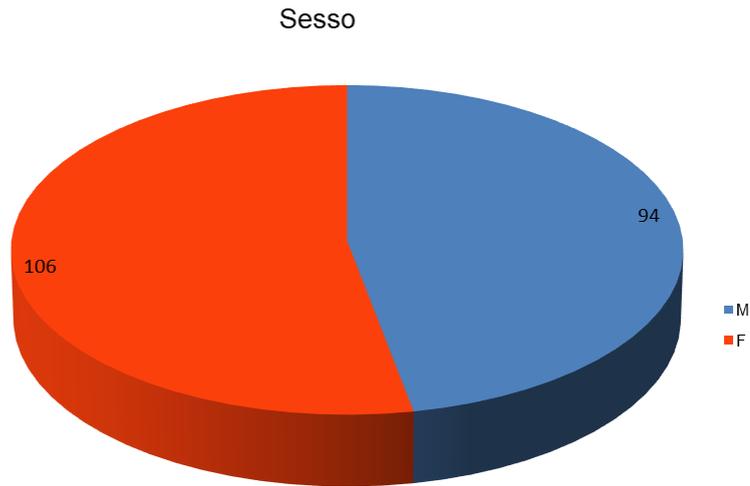


Figura 3. SESSO- linee provinciali

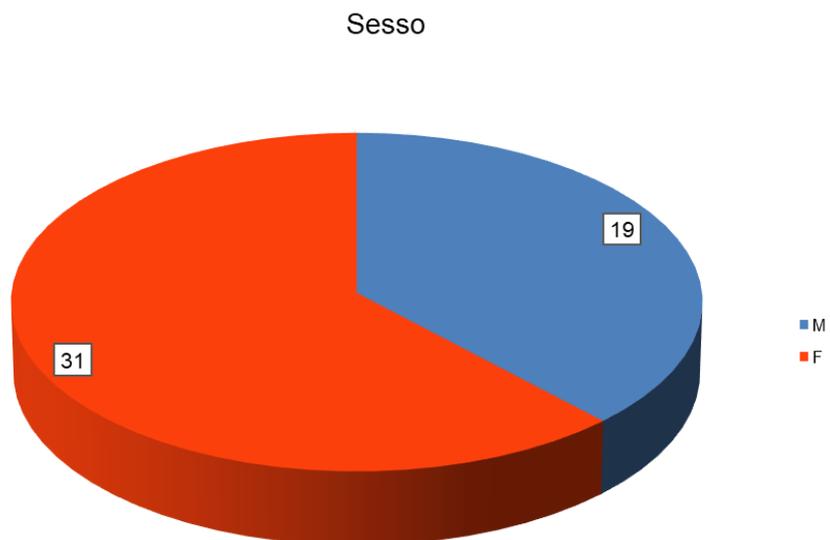


Figura 3bis. SESSO- linee interregionali

#### 4.6.4 OCCUPAZIONE

La Figura presenta la distribuzione secondo le professioni dagli intervistati:

Professione

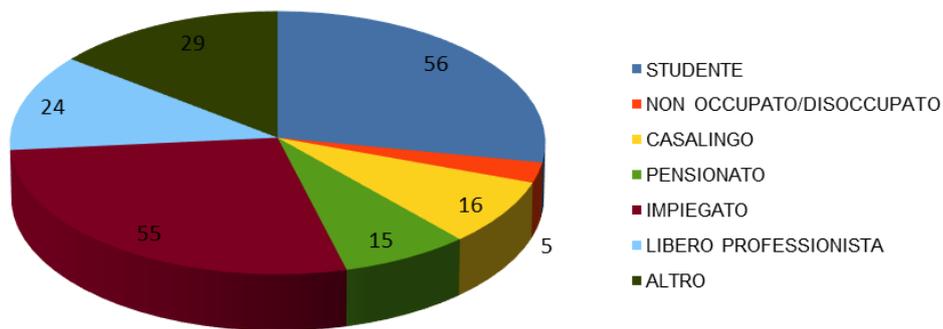


Figura 4: OCCUPAZIONE- linee provinciali

Professione

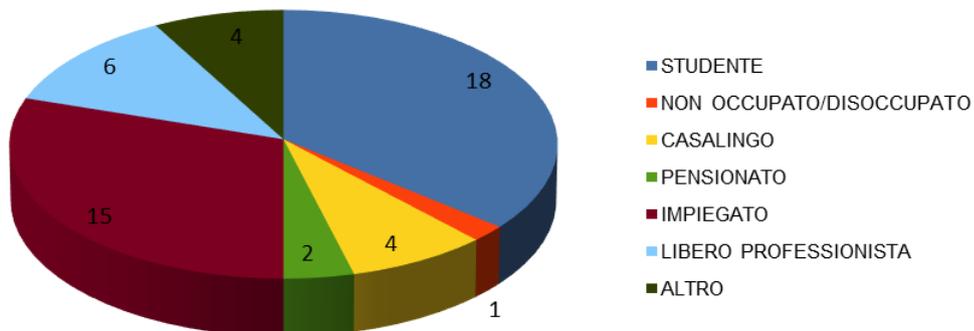


Figura 4bis: OCCUPAZIONE- linee interregionali

#### 4.6.5 FREQUENZA DI UTILIZZO DEI MEZZI

La Figura presenta la distribuzione della frequenza di utilizzo dei mezzi relativa al campione intervistato:

Frequenza di utilizzo

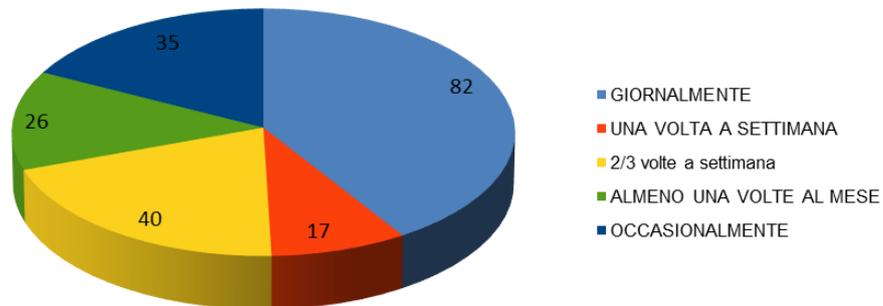


Figura 5: FREQUENZA DI UTILIZZO DEL MEZZO- linee provinciali

Frequenza di utilizzo

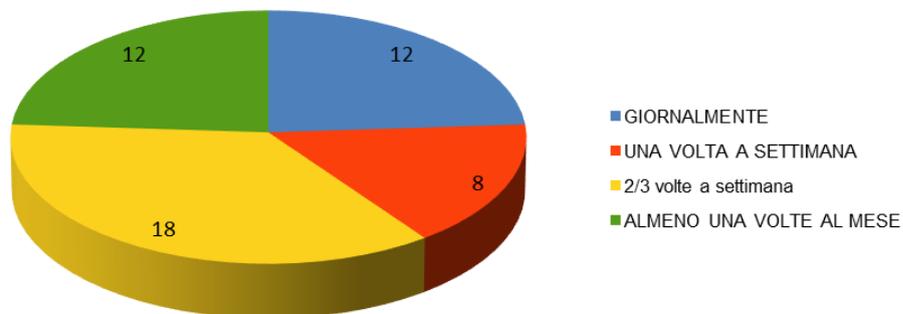


Figura 5bis: FREQUENZA DI UTILIZZO DEL MEZZO- linee interregionali

#### 4.6.6 MOTIVO DEL VIAGGIO

Il dato rilevato, rappresentato in figura, fornisce l'aspetto riguardante il motivo che spinge gli utenti ad utilizzare i mezzi AIR CAMPANIA SpA:

Motivo di utilizzo

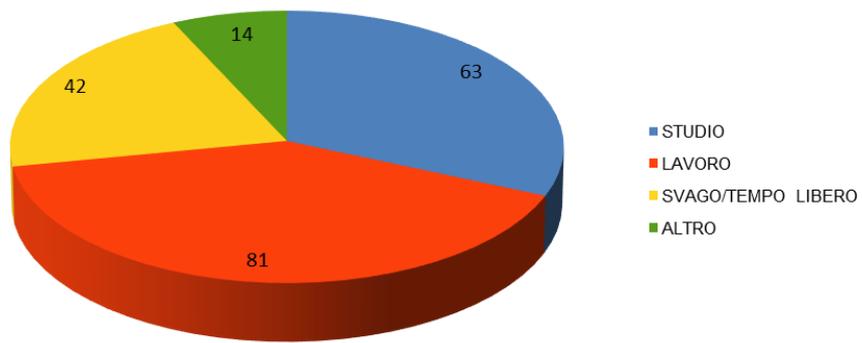


Figura 6: MOTIVO DEL VIAGGIO-linee provinciali

Motivo di utilizzo

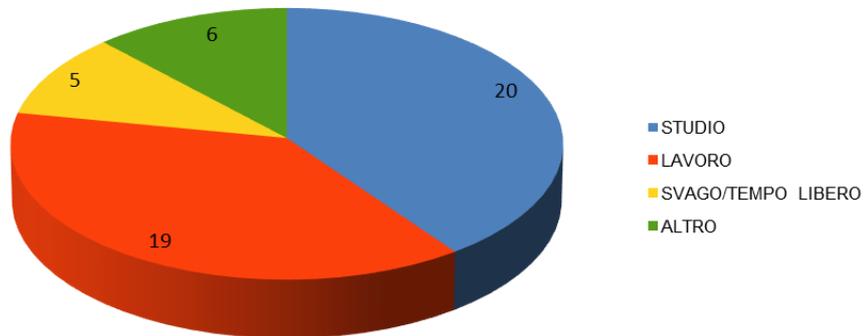


Figura 6bis: MOTIVO DEL VIAGGIO- linee interregionali

#### 4.6.7 TITOLO DI VIAGGIO UTILIZZATO

I dati relativi alla tipologia di titolo di viaggio in possesso dell'utente sono riportati in figura:

Titolo di viaggio

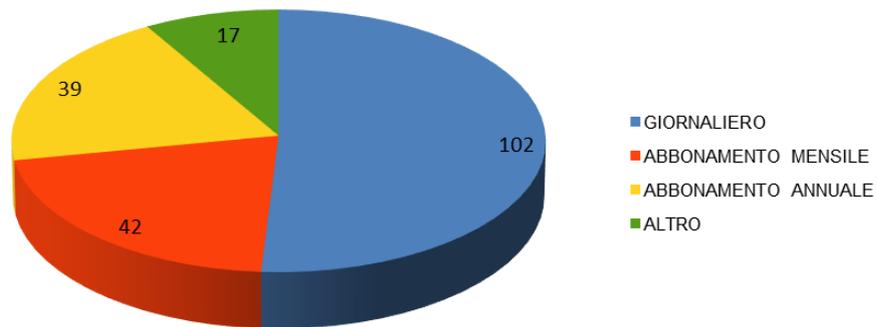


Figura 7: TITOLI DI VIAGGIO- linee provinciali

Titolo di viaggio

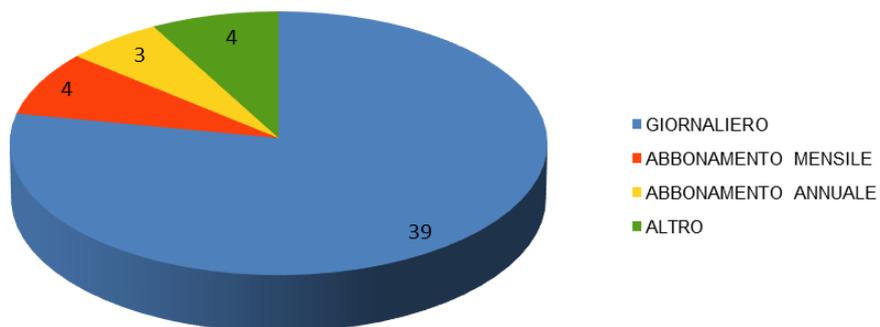


Figura 7bis: TITOLI DI VIAGGIO- linee interregionali

#### 4.6.8 QUALITÀ PERCEPITA/ ATTESA

Di seguito si riportano le tabelle riassuntive riferite alle linee in esame.

#### A. LINEE PROVINCIALI

DISPONIBILITÀ																			
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Possibilità di raggiungere destinazioni effettuando n° min cambi (RETE)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	18	30%	8,02	6,0	☺	80,17%	
	N°	4	0	3	5	4	2	20	105	48	9		9%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Frequenza corse (OPERATIVITÀ)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	61	18%	8,39	6,0	☺	83,89%	
	N°	4	0	0	0	2	4	38	37	102	13		31%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Orario inizio e fine servizio (ADEGUATEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	70	7%	8,31	6,0	☺	83,11%	
	N°	2	0	0	2	0	6	33	58	91	8		25%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Adeguatezza servizio all'esigenza del viaggiatore (ADEGUATEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	38	7%	7,98	6,0	☺	79,78%	
	N°	3	3	2	0	2	14	21	100	51	4		19%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Rispetto programmazione corse (FIDATEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	34	17%	8,36	6,0	☺	83,61%	
	N°	2	2	0	2	0	0	18	87	79	10		17%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Integrazione tariffe (INTEGRAZIONE TARIFFARIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8	4%	7,78	6,0	☺	77,83%	
	N°	5	3	0	0	8	11	15	132	26	0		4%						
<b>IQPE (DISPONIBILITÀ)</b>																			<b>81,40%</b>

Tabella 19: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Disponibilità

ACCESSIBILITÀ																			
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Facilità acquisto biglietti/abbonamenti	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	72	36%	7,97	6,0	☺	79,67%	
	N°	5	0	4	4	3	4	57	38	70	15		36%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Facilità interscambio mezzi di trasporto (INTERFACCIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	10	5%	8,04	6,0	☺	80,44%	
	N°	6	2	2	0	0	8	18	112	44	8		5%						
<b>IQPE (ACCESSIBILITÀ)</b>																			<b>80,06%</b>

Tabella 20: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Accessibilità

INFORMAZIONI																			
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Informazioni organizzazione spostamento e utilità sito	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	17	9%	54,0%	7,69	6,0	☺	76,89%
	N°	4	3	8	4	1	7	26	109	34	4		9%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Informazioni viaggio (INFO IN CONDIZIONI NORMALI)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	54	27%	38,0%	7,21	6,0	☺	72,11%
	N°	4	3	8	4	1	7	26	109	34	4		27%						
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITÀ PERCEPITA		
Informazioni viaggio in caso di disseviz (INFO IN CONDIZIONI ANORMALI)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	58	29%	8,0%	6,83	6,0	☺	68,33%
	N°	7	8	7	2	4	24	77	61	9	1		29%						
<b>IQPE (INFORMAZIONI)</b>																			<b>72,44%</b>

Tabella 21: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Informazioni

TEMPO																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Durata spostamento ( DURATA VIAGGIO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	42 21%	40,0%	8,52	6,0	☺	85,17%
	N°	4	0	0	0	1	11	10	49	117	8							
Puntualità del servizio (RISPETTO ORARIO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	199	48 24%	60,0%	8,52	6,0	☺	85,17%
	N°	2	0	2	0	2	7	10	65	95	16							
IQPE (TEMPO)														85,17%				

Tabella 22: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Tempo

ATTENZIONE AL CLIENTE																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Attenzione ai diritti degli utenti (IMPEGNO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	23 12%	40,0%	7,86	6,0	☺	78,61%
	N°	2	2	3	5	8	11	21	88	52	8							
Servizi di assistenza/contatto dedicato alla clientela	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	21 11%	16,0%	7,78	6,0	☺	77,83%
	N°	6	0	2	8	8	8	13	107	44	4							
Cortesia del personale (PERSONALE)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	199	38 19%	36,0%	8,45	6,0	☺	84,48%
	N°	2	0	4	6	4	9	6	32	125	11							
Possibilità di pagamento on-line (OPZIONI BIGLIETTERIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	39 20%	8,0%	8,66	6,0	☺	86,56%
	N°	3	1	0	0	9	8	5	37	106	31							
IQPE (ATTENZIONE AL CLIENTE)														81,87%				

Tabella 23: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Attenzione al Cliente

COMFORT																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (LQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Disponibilità posti e spazio a bordo mezzi (POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	20 10%	36,0%	8,28	6,0	☺	82,83%
	N°	4	0	3	3	5	6	7	88	63	21							
Qualità/Comfort mezzo di trasporto (CONFORTEVOLEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	42 21%	38,0%	8,03	6,0	☺	80,33%
	N°	6	2	0	4	5	7	16	92	57	11							
Pulizia mezzi (CONDIZIONI AMBIENTALI)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	43 22%	10,0%	7,68	6,0	☺	76,83%
	N°	10	2	0	2	3	12	32	101	35	3							
Pulizia stazioni/pensiline/fermate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	20 10%	10,0%	7,32	6,0	☺	73,22%
	N°	6	6	2	3	4	13	61	84	16	5							
Accessibilità del servizio per persone con mobilità ridotta (ERGONOMIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	19 10%	6,0%	7,54	6,0	☺	75,44%
	N°	5	1	8	7	2	14	24	105	33	1							
IQPE (COMFORT)														77,73%				

Tabella 24: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Comfort

SICUREZZA																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (I/O)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Sicurezza a bordo mezzi contro furti, aggressioni e molestie	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	199	87	44,0%	8,07	6,0	☺	80,72%
	N°	4	1	6	2	4	15	24	46	84	13							
Sicurezza ed affidabilità dei mezzi (SAFETY)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	36	56,0%	8,21	6,0	☺	82,11%
	N°	2	4	4	4	3	10	9	63	90	11							
												62%	100%					
<b>IQPE (SICUREZZA)</b>											<b>81,42%</b>							

Tabella 25: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Sicurezza

IMPATTO AMBIENTALE																			
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (I/O)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA		
Impatto ambientale mezzo utilizzato (INQUINAMENTO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	15	8%	100,0%	7,78	6,0	☺	77,78%
	N°	8	0	4	2	10	7	20	97	50	2								
												8%	100%						
<b>IQPE (IMPATTO AMBIENTALE)</b>											<b>77,78%</b>								

Tabella 26: Linee Provinciali - Qualità Percepita/Impatto Ambientale

DISPONIBILITÀ	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,64
N°	1	0	0	0	0	2	18	65	82	32			
ACCESSIBILITÀ	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,21
N°	1	0	0	0	0	2	40	83	57	17			
INFORMAZIONI	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,07
N°	1	0	0	0	0	2	59	80	32	26			
TEMPO	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,73
N°	1	0	0	0	0	2	9	66	91	31			
ATTENZIONE AL CLIENTE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,69
N°	1	0	0	0	0	2	10	74	79	34			
COMFORT	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,24
N°	1	0	0	2	0	4	32	98	33	30			
SICUREZZA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,63
N°	1	0	0	0	2	6	23	53	74	41			
IMPATTO AMBIENTALE	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	200	8,37
N°	1	0	0	0	2	10	19	84	56	28			

Tabella 27: Linee Provinciali - Qualità Attesa

## B. LINEE INTERREGIONALI

DISPONIBILITÀ																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Possibilità di raggiungere destinazioni effettuando n° min	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	9	15%	7,98	6,0	☺	79,78%
	N°	0	1	0	0	1	6	4	25	7	6		18%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Frequenza corse (OPERATIVITA')	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	17	10%	8,00	6,0	☺	80,00%
	N°	1	0	0	0	2	2	17	10	8	10		34%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Orario inizio e fine servizio (ADEGUATEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	14	18%	7,93	6,0	☺	79,35%
	N°	1	0	0	0	1	1	24	5	9	9		28%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Adeguatezza servizio all'esigenza del viaggiatore (ADEGUATEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	5	18%	8,07	6,0	☺	80,65%
	N°	0	0	0	1	3	4	8	14	11	9		10%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Rispetto programmazione corse (FIDATEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	6	35%	8,65	6,0	☺	86,52%
	N°	0	0	0	0	0	0	8	13	18	11		12%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Integrazione tariffe (INTEGRAZIONE TARIFFARIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	3	5%	7,67	6,0	☺	76,74%
	N°	0	0	0	0	4	3	12	22	5	4		6%					
<b>IQPE (DISPONIBILITA')</b>	<b>80,51%</b>																	

Tabella 28: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Disponibilità

ACCESSIBILITÀ																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Facilità acquisto biglietti/abbonamenti	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	9	40,0%	8,48	6,0	☺	84,78%
	N°	0	1	0	0	1	3	4	17	12	12		18%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Facilità interscambio mezzi di trasporto (INTERFACCIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	4	60,0%	8,04	6,0	☺	80,43%
	N°	0	1	0	0	1	1	9	26	7	5		8%					
<b>IQPE (ACCESSIBILITA')</b>	<b>82,61%</b>																	

Tabella 29: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Accessibilità

INFORMAZIONI																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Informazioni organizzazione spostamento e utilità sito	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	4	75,0%	7,78	6,0	☺	77,83%
	N°	0	0	0	2	2	6	4	25	6	5		8%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Informazioni viaggio ( INFO IN CONDIZIONI NORMALI)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	10	20,0%	7,72	6,0	☺	77,17%
	N°	0	0	0	2	2	6	4	25	6	5		20%					
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (100%)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Informazioni viaggio in caso di disagi (INFO IN CONDIZIONI DISAGI)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	9	5,0%	7,52	6,0	☺	75,22%
	N°	0	0	1	2	0	10	9	18	5	5		18%					
<b>IQPE (INFORMAZIONI)</b>	<b>76,74%</b>																	

Tabella 29: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Informazioni

TEMPO																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Durata spostamento ( DURATA VIAGGIO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	7	50,0%	8,26	6,0	☺	82,61%
	N°	0	2	0	0	1	1	7	15	20	4		14%					
Durata spostamento ( DURATA VIAGGIO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	6	50,0%	8,72	6,0	☺	87,17%
	N°	0	0	0	0	1	1	3	17	16	12		12%					
													26%	100%				
IQPE (TEMPO)													84,89%					

Tabella 30: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Tempo

ATTENZIONE AL CLIENTE																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Attenzione ai diritti degli utenti (IMPEGNO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	6	20,0%	8,15	6,0	☺	81,52%
	N°	0	0	0	0	1	4	2	24	10	7		12%					
Servizi di assistenza/contatto dedicato alla clientela	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	5	5,0%	7,93	6,0	☺	79,35%
	N°	0	0	0	2	2	3	7	23	6	7		10%					
Cortesia del personale (PERSONALE)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	9	60,0%	8,80	6,0	☺	88,04%
	N°	0	0	0	0	1	3	1	11	22	12		18%					
Possibilità di pagamento on-line (OPZIONI BIGLIETTERIA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	10	15,0%	8,35	6,0	☺	83,48%
	N°	1	0	1	1	1	2	3	15	18	8		20%					
													60%	100%				
IQPE (ATTENZIONE AL CLIENTE)													83,10%					

Tabella 31: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Attenzione al cliente

COMFORT																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Disponibilità posti e spazio a bordo mezzi (POSTI A SEDERE E	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	7	40,0%	8,33	6,0	☺	83,26%
	N°	0	0	0	1	3	1	3	22	10	10		14%					
Qualità/Comfort mezzo di trasporto (CONFORTEVOLEZZA)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	11	30,0%	7,91	6,0	☺	79,13%
	N°	0	0	0	2	2	6	6	17	10	7		22%					
Pulizia mezzi (CONDIZIONI AMBIENTALI)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	10	10,0%	7,76	6,0	☺	77,61%
	N°	1	0	1	2	2	6	2	22	7	7		20%					
Pulizia stazioni/pensiline/fermate	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	6	10,0%	7,46	6,0	☺	74,57%
	N°	0	0	1	0	2	9	11	20	3	4		12%					
Accessibilità del servizio per persone con mobilità ridotta	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	5	10,0%	7,28	6,0	☺	72,83%
	N°	0	0	2	1	3	4	14	22	2	2		10%					
													78%	100%				
IQPE (COMFORT)													77,48%					

Tabella 32: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Comfort

SICUREZZA																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE										TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (UQ)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA	
Sicurezza a bordo mezzi contro furti, aggressioni e molestie	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	11	20,0%	8,24	6,0	☺	82,39%
	N°	0	0	0	0	0	3	7	18	12	8		22%					
Sicurezza ed affidabilità dei mezzi (SAFETY)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	8	80,0%	8,26	6,0	☺	82,61%
	N°	0	0	1	1	0	3	6	19	12	8		16%					
													38%	100%				
IQPE (SICUREZZA)													82,50%					

Tabella 33: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Sicurezza

	<b>RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE</b>	<b>ICM/ISC</b>
	<i>UNI EN 13816/2002</i>	Pag. 35 di 42

IMPATTO AMBIENTALE																		
DOMANDA	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE											TOTALE VOTANTI	MASSIMA IMPORTANZA	PESO DOMANDA (PUN)	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	VALORE OBIETTIVO	ESITO	INDICE QUALITA' PERCEPITA
Impatto ambientale mezzo utilizzato (INQUINAMENTO)	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	50	6	100,0%	7,78	6,0	☺	77,83%
	N°	0	0	0	0	1	6	8	26	6	3		12%	100%				
IQPE (IMPATTO AMBIENTALE)	<b>77,83%</b>																	

Tabella 34: Linee Interregionali - Qualità Percepita/Impatto ambientale

	GIUDIZIO DELLA RILEVAZIONE											TOTALE VOTANTI	PUNTEGGIO MEDIO ASSEGNATO	INDICE QUALITA' ATTESA
	VOTO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
<b>DISPONIBILITÀ</b>	N°	0	0	0	0	0	0	13	16	13	8	50	8,30	83,0%
<b>ACCESSIBILITÀ</b>	N°	0	0	0	0	0	1	5	28	9	7	50	8,33	83,3%
<b>INFORMAZIONI</b>	N°	0	0	0	0	0	0	17	21	6	6	50	7,98	79,8%
<b>TEMPO</b>	N°	0	0	0	0	0	0	1	23	20	6	50	8,61	86,1%
<b>ATTENZIONE AL CLIENTE</b>	N°	0	0	0	0	0	0	5	20	17	8	50	8,57	85,7%
<b>COMFORT</b>	N°	0	0	0	0	0	0	5	29	8	8	50	8,37	83,7%
<b>SICUREZZA</b>	N°	0	0	0	0	0	0	1	14	21	14	50	8,98	89,8%
<b>IMPATTO AMBIENTALE</b>	N°	0	0	0	0	0	3	4	25	11	7	50	8,33	83,3%

Tabella 35: Linee Interregionali - Qualità Attesa

## 5.0 ANALISI DEI GAP

Vengono di seguito riportati i risultati, derivanti dall'elaborazione dei dati raccolti, dei gap tra:

- QUALITÀ ATTESA e QUALITÀ PROGETTATA;
- QUALITÀ PROGETTATA e QUALITÀ EROGATA;
- QUALITÀ EROGATA e QUALITÀ PERCEPITA;
- QUALITÀ PERCEPITA e QUALITÀ ATTESA

### 5.1 GAP TRA QUALITÀ ATTESA E QUALITÀ PROGETTATA

I gap rilevati dall'indagine effettuata nel I quadrimestre 2024 tra Qualità Attesa e Qualità Progettata:

MACRO-CRITERIO	GAP QUALITÀ ATTESA-PROGETTATA
DISPONIBILITÀ	<b>-13,61%</b>
ACCESSIBILITÀ	<b>-17,89%</b>
INFORMAZIONI	<b>-15,33%</b>
TEMPO	<b>-12,72%</b>
ATTENZIONE AL CLIENTE	<b>-10,97%</b>
COMFORT	<b>-5,06%</b>
SICUREZZA	<b>-7,67%</b>
IMPATTO AMBIENTALE	<b>-7,94%</b>

Tabella 36: Linee Provinciali/ GAP Qualità Attesa-Qualità Progettata

MACRO-CRITERIO	GAP QUALITÀ ATTESA-PROGETTATA
DISPONIBILITÀ	<b>-16,96%</b>
ACCESSIBILITÀ	<b>-16,74%</b>
INFORMAZIONI	<b>-16,22%</b>
TEMPO	<b>-13,91%</b>
ATTENZIONE AL CLIENTE	<b>-12,20%</b>
COMFORT	<b>0,36%</b>
SICUREZZA	<b>1,03%</b>
IMPATTO AMBIENTALE	<b>-8,41%</b>

Tabella 37: Linee Interregionali/ GAP Qualità Attesa-Qualità Progettata

## 5.2 GAP TRA QUALITÀ PROGETTATA E QUALITÀ EROGATA

I gap tra Qualità Progettata e Qualità Erogata sono molto contenuti, il che vuol dire che le aspettative del mercato sono state ben interpretate e trasformate, in fase di progettazione del servizio, in modo corretto, in specifiche del servizio stesso.

LINEA PROVINCIALE	
CRITERIO	GAP QUALITÀ PROGETTATA-EROGATA
RETE	5,00%
OPERATIVITÀ	5,00%
ADEGUATEZZA	5,00%
FIDATEZZA	5,00%
INTEGRAZIONE TARIFFARIA	0,00%
DISPONIBILITÀ	4,00%
DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA	19,03%
INTERFACCIA ESTERNA	13,43%
ACCESSIBILITÀ	16,23%
INFORMAZIONI GENERALI	19,79%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI NORMALI	14,17%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI ANORMALI	0,00%
INFORMAZIONI	14,65%
DURATA DEL VIAGGIO E RISPETTO DELL'ORARIO	26,67%
TEMPO	26,67%
IMPEGNO	36,88%
INTERFACCIA CLIENTI	40,00%
PERSONALE	5,33%
OPZIONI DI BIGLIETTERIA	12,50%
ATTENZIONE AL CLIENTE	18,95%
POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE	36,67%
CONFORTEVOLEZZA DELLA CORSA	17,29%
CONDIZIONI AMBIENTALI	14,46%
ERGONOMIA	-41,67%
COMFORT	6,69%
SECURITY	13,00%
SAFETY	1,04%
SICUREZZA	7,02%
INQUINAMENTO	2,26%
IMPATTO AMBIENTALE	2,26%

Tabella 38: Linee Provinciali/ GAP Qualità Progettata-Qualità Erogata

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 38 di 42

LINEA INTERREGIONALE	
CRITERIO	GAP QUALITÀ PROGETTATA-EROGATA
RETE	0,00%
OPERATIVITÀ	0,00%
ADEGUATEZZA	0,00%
FIDATEZZA	0,00%
INTEGRAZIONE TARIFFARIA	0,00%
DISPONIBILITÀ	0,00%
DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA	10,63%
INTERFACCIA ESTERNA	8,33%
ACCESSIBILITÀ	9,48%
INFORMAZIONI GENERALI	14,38%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI NORMALI	1,50%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI ANORMALI	-4,00%
INFORMAZIONI	5,29%
DURATA DEL VIAGGIO E RISPETTO DELL'ORARIO	25,00%
TEMPO	25,00%
IMPEGNO	41,43%
INTERFACCIA CLIENTI	40,00%
PERSONALE	6,50%
OPZIONI DI BIGLIETTERIA	12,50%
ATTENZIONE AL CLIENTE	20,86%
POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE	25,00%
CONFORTEVOLEZZA DELLA CORSA	18,96%
CONDIZIONI AMBIENTALI	23,75%
ERGONOMIA	-66,67%
COMFORT	0,26%
SECURITY	2,50%
SAFETY	0,00%
SICUREZZA	1,25%
INQUINAMENTO	2,92%
IMPATTO AMBIENTALE	2,92%

Tabella 39: Linee Interregionali/ GAP Qualità Progettata-Qualità Erogata

Come evidenziato dalle Tabelle 38 e 39 non risultano gap critici.

### 5.3 GAP TRA QUALITÀ EROGATA E QUALITÀ PERCEPITA

I gap tra Qualità Erogata e Qualità Percepita non mostrano particolari criticità:

LINEA PROVINCIALE	
CRITERIO	GAP QUALITÀ EROGATA-PERCEPITA
RETE	14,83%
OPERATIVITÀ	11,11%
ADEGUATEZZA	11,89%
FIDATEZZA	11,39%
INTEGRAZIONE TARIFFARIA	22,17%
DISPONIBILITÀ	14,60%
DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA	1,30%
INTERFACCIA ESTERNA	6,13%
ACCESSIBILITÀ	3,71%
INFORMAZIONI GENERALI	3,32%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI NORMALI	1,72%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI ANORMALI	21,67%
INFORMAZIONI	8,90%
DURATA DEL VIAGGIO	-11,83%
TEMPO	-11,83%
IMPEGNO	-24,07%
INTERFACCIA CLIENTI	-17,83%
PERSONALE	10,19%
OPZIONI DI BIGLIETTERIA	0,94%
ATTENZIONE AL CLIENTE	-2,96%
POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE	-19,50%
CONFORTEVOLEZZA DELLA CORSA	2,38%
CONDIZIONI AMBIENTALI	8,71%
ERGONOMIA	16,22%
COMFORT	3,08%
SECURITY	-5,72%
SAFETY	16,85%
SICUREZZA	5,56%
INQUINAMENTO	11,63%
IMPATTO AMBIENTALE	11,63%

Tabella 40: Linee Provinciali/ GAP Qualità Erogata-Qualità Percepita

LINEA INTERREGIONALE	
CRITERIO	GAP QUALITÀ EROGATA-PERCEPITA
RETE	20,22%
OPERATIVITÀ	20,00%
ADEGUATEZZA	20,65%
FIDATEZZA	13,48%
INTEGRAZIONE TARIFFARIA	23,26%
DISPONIBILITÀ	19,49%
DISPONIBILITÀ BIGLIETTERIA	4,59%
INTERFACCIA ESTERNA	11,23%
ACCESSIBILITÀ	7,91%
INFORMAZIONI GENERALI	7,80%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI NORMALI	9,33%
INFORMAZIONI IN CONDIZIONI ANORMALI	24,78%
INFORMAZIONI	13,97%
DURATA DEL VIAGGIO	-12,61%
TEMPO	-9,89%
IMPEGNO	-31,52%
INTERFACCIA CLIENTI	-19,35%
PERSONALE	5,46%
OPZIONI DI BIGLIETTERIA	4,02%
ATTENZIONE AL CLIENTE	-6,10%
POSTI A SEDERE E SPAZIO DISPONIBILE	-8,26%
CONFORTEVOLEZZA DELLA CORSA	1,91%
CONDIZIONI AMBIENTALI	-1,36%
ERGONOMIA	27,17%
COMFORT	5,59%
SECURITY	-7,39%
SAFETY	17,39%
SICUREZZA	5,00%
INQUINAMENTO	10,92%
IMPATTO AMBIENTALE	10,92%

Tabella 41: Linee Interregionali/ GAP Qualità Erogata–Qualità Percepita

## 5.4 GAP TRA QUALITÀ ATTESA E QUALITÀ PERCEPITA

Infine, i gap tra Qualità Attesa e Qualità percepita sono molto contenuti, evidenziando così un forte allineamento tra aspettative e percezione del cliente e di conseguenza una reale soddisfazione dei suoi bisogni.

LINEA PROVINCIALE	
MACRO-CRITERIO	GAP QUALITÀ ATTESA-PERCEPITA
DISPONIBILITÀ	4,99%
ACCESSIBILITÀ	2,06%
INFORMAZIONI	8,22%
TEMPO	2,11%
ATTENZIONE AL CLIENTE	5,02%
COMFORT	4,71%
SICUREZZA	4,92%
IMPATTO AMBIENTALE	5,94%

Tabella 42: Linee Provinciali/ GAP Qualità Attesa–Qualità Percepita

LINEA INTERREGIONALE	
MACRO-CRITERIO	GAP QUALITÀ ATTESA-PERCEPITA
DISPONIBILITÀ	2,54%
ACCESSIBILITÀ	0,65%
INFORMAZIONI	3,04%
TEMPO	1,20%
ATTENZIONE AL CLIENTE	2,55%
COMFORT	6,22%
SICUREZZA	7,28%
IMPATTO AMBIENTALE	5,43%

Tabella 43: Linee Interregionali/ GAP Qualità Attesa–Qualità Percepita

	RELAZIONE INDAGINE CLIENTE MISTERIOSO/ SODDISFAZIONE DEL CLIENTE	ICM/ISC
	UNI EN 13816/2002	Pag. 42 di 42

Nome e Cognome	Funzione	Firma
Dr. Michele Marena	RSI	F.to Michele Marena
Dr. Anthony Acconcia	DIR	F.to Anthony Acconcia
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----
-----	-----	-----

*I responsabili delle aree interessate si faranno portavoce delle analisi effettuate e delle decisioni assunte presso i rispettivi uffici che fanno loro capo.*

Avellino, 16/05/2024