



Ordine del Giorno del 23/12/2008

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE PER IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE N° 6

Deliberazione n° 101 del 23.12.2008

OGGETTO DELLA PROPOSTA

INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION 2007. PRESA D'ATTO.

Il Direttore Generale, d'intesa con lo Staff Qualità Aziendale, riferisce quanto segue:

Premesso che:

- ☐ L'AMAT è titolare di certificazione di qualità, rilasciata secondo la normativa UNI EN ISO 9001:2000, relativa all'attività di erogazione del servizio di trasporto pubblico di linea su gomma in aree urbane e suburbane;
- ☐ In attuazione dell'art. 2, comma 2, della legge 11.07.1995, n° 273, nonché sulla base dei principi della Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27/01/1994 e dello schema generale di riferimento valido per il settore trasporti allegato al DPCM 30/12/1998, l'AMAT ha emesso la *Carta della Mobilità*, quale strumento di dialogo con la clientela e di assunzione di reciproci impegni e doveri;
- ☐ Entrambi i documenti anzidetti prevedono, tra l'altro, che sia costantemente monitorato il grado di soddisfazione della clientela rispetto a standards predefiniti e caratteristici del servizio erogato. Il metodo più diffuso di misurazione del grado di soddisfazione della clientela è quello dell'indagine "*Customer Satisfaction*", generalmente condotta attraverso la somministrazione di questionari alla clientela.

Rilevato che:

- ☐ Lo Staff Qualità AMAT, composto dal Responsabile dell'Area Esercizio/Sosta, p.i. Cosimo Russo, e dal Capo Unità P.R. & AA.GG., Dott.ssa Tiziana Tursi, relativamente all'anno 2007 ha organizzato e condotto, avvalendosi del personale della cooperativa sociale "*Amico Patch*", l'indagine di Customer Satisfaction presso la clientela AMAT. Tale indagine si è tenuta nell'arco di tempo compreso tra il 20/05/2008 ed il 30/06/2008;
- ☐ Sulla scorta degli oltre 1.300 questionari sottoposti alla clientela, lo Staff Qualità ha condotto un'analisi delle risultanze e ha redatto l'allegata relazione nella quale, oltre ad una

definizione della tipologia della clientela AMAT (Abbonato – cliente abituale – occasionale), alla sua identità (uomo – donna), età e professione, sono state riepilogate le valutazioni espresse dalla clientela sui seguenti fattori di qualità:

- **Sicurezza del viaggio;**
- **Puntualità;**
- **Pulizia;**
- **Comfort del viaggio;**
- **Infrastrutture;**
- **Informazioni;**
- **Cortesia del personale;**
- **Rete di vendita.**

❑ I dati rilevati sono stati, inoltre, posti a confronto con quelli dell'indagine condotta nell'anno 2006. Alla clientela è stato chiesto, anche, di indicare quali fossero gli aspetti più importanti del servizio di trasporto nonché di fornire suggerimenti per migliorare il servizio medesimo;

❑ Dalle risposte fornite e dalla conseguente analisi condotta dallo Staff Qualità sono emersi i seguenti aspetti di maggior rilievo:

▶ **Gli standards di qualità relativi a Puntualità, Pulizia, Comfort del viaggio e Infrastrutture hanno registrato una maggioranza di clienti insoddisfatti;**

▶ **Gli standards di qualità relativi a Sicurezza del viaggio, Informazioni, Cortesia del personale e Rete di vendita hanno registrato una prevalenza di clienti soddisfatti;**

▶ **Il giudizio complessivo sull'AMAT è di soddisfazione;**

▶ **La clientela ha indicato che gli aspetti per i quali è atteso un miglioramento sono:**

- ⇒ **informazioni presso le fermate;**
- ⇒ **igiene dei mezzi;**
- ⇒ **accessibilità per i soggetti disabili;**
- ⇒ **controlli sull'evasione tariffaria.**

Firmato lo Staff Qualità:
p.i. Cosimo Russo _____;

Dott.ssa Tiziana Tursi _____

Il Direttore Generale
Ing. Giovanni Matichecchia _____

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- Vista la Relazione conclusiva dell'indagine Customer Satisfaction 2007 condotta dallo Staff Qualità Aziendale;
- Visti lo Statuto Sociale ed il Codice Civile;

a voti unanimi, resi nelle forme di legge

DELIBERA

- 1) Di prendere atto dell'allegata relazione redatta dalla Staff Qualità aziendale in merito all'indagine di "Customer Satisfaction" riferita all'anno 2007 e condotta presso la clientela dell'AMAT.
- 2) Di impegnare, sulla base delle risultanze evidenziate in tale relazione, il Comitato Qualità ed i competenti Responsabili aziendali ad adottare i necessari interventi per riportare al grado di soddisfazione quegli standards che la clientela ha, in maggioranza, qualificato come insoddisfacenti.



INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION - AMAT 2007 -

**a cura dello Staff Operativo della Qualità Amat S.p.A.
p.i. Cosimo Russo - dott.ssa Tiziana Tursi**

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION - AMAT S.P.A.

(a cura dello Staff Qualità Amat S.p.A. -p.i. Cosimo Russo - dott.ssa Tiziana Tursi)

INDICE

PREMESSA

1) INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.P.A.

- 1.1 Realizzazione dell'indagine
- 1.2 Definizione dell'obiettivo
- 1.3 Scelta del tipo di intervista
- 1.4 Stesura del questionario
- 1.5 Selezione delle unità del campione da intervistare
- 1.6 Risultati della Rilevazione
- 1.7 Identità del campione intervistato
- 1.8 Standard di qualità del servizio
- 1.9 Raffronto dati anno 2007 – 2008
- 1.10 Conclusioni

Allegati:

- 1. Questionario di indagine;
- 2. Grafici riepilogativi dei risultati dell'indagine:
 - a) Campione completo;
 - b) Campione parziale per tipologia di utenti intervistati
(Abbonati, Occasionali, Abituali);

PREMESSA

L'esigenza di rilevare il grado di soddisfazione dell'utente che si avvale dei mezzi pubblici, oltre a costituire uno dei compiti istitutivi dell'URP, nasce dalla necessità di costruire una azienda flessibile, trasparente, sensibile alle esigenze del cittadino e che sia in grado di avvicinarsi il più possibile agli utenti.

Due attività fondamentali per comprendere gli utenti e per migliorare la qualità del servizio offerto sono quelle dell'ascolto e della rilevazione del grado di soddisfazione attraverso l'indagine di customer satisfaction.

Entrambi questi strumenti acquisiscono un senso compiuto nella misura in cui diventano lo spunto di riflessione per una valutazione della qualità del servizio erogato e per una, eventuale, rimodulazione dello stesso sulla base dei feedback ricevuti.

CAPITOLO 1

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.p.A. 2007

1.1 Realizzazione dell'indagine

Nel progettare il questionario, la cui realizzazione, l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi valutativa è stata condotta esclusivamente da risorse interne, sono stati tenuti presente i seguenti riferimenti:

- Norma UNI EN ISO 9001:2000, paragrafo 8.2.1.;
- Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica sulla qualità percepita dai cittadini del 23/04/2004.

1.2 Definizione dell'obiettivo

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

- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità individuati dal DPCM del 1994;
- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini sull'AMAT S.p.A. nel suo complesso;
- ⇒ Vagliare gli aspetti del servizio di trasporto pubblico percepiti come prioritari dagli utenti;
- ⇒ Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire servizi di qualità.

1.3 Scelta del tipo di intervista

Il questionario è stato somministrato dal 20/05/2008 al 30/06/2008 attraverso interviste ai cittadini effettuate da personale della cooperativa "Amico Patch" a tal fine incaricato. I luoghi di raccolta sono stati individuati presso i capolinea e a bordo degli autobus in servizio sulle linee AMAT S.p.A.

1.4. Stesura del questionario

Per il terzo anno consecutivo è stato utilizzato il medesimo questionario (all.1) che è stato opportunamente integrato in alcuni dettagli sulla base dell'esperienza maturata nel tempo.

1.5 Selezione delle unità del campione da intervistare

E' stato adottato il metodo della scelta casuale. In altre parole, è stato distribuito il questionario in modo non specifico, questa volta sul mezzo pubblico, ed all'esito dell'indagini il campione è stato ripartito su n° 2 tipologie di utenti in funzione del tipo di titolo di viaggio utilizzato:

- a) coloro che si avvalgono del bus attraverso forme di abbonamento;
- b) coloro che utilizzano il bus acquistando biglietti; in questa seconda categoria è stato operato un distinguo tra coloro che utilizzano il bus modo occasionale e in modo abituale.

1.6 Risultati della rilevazione

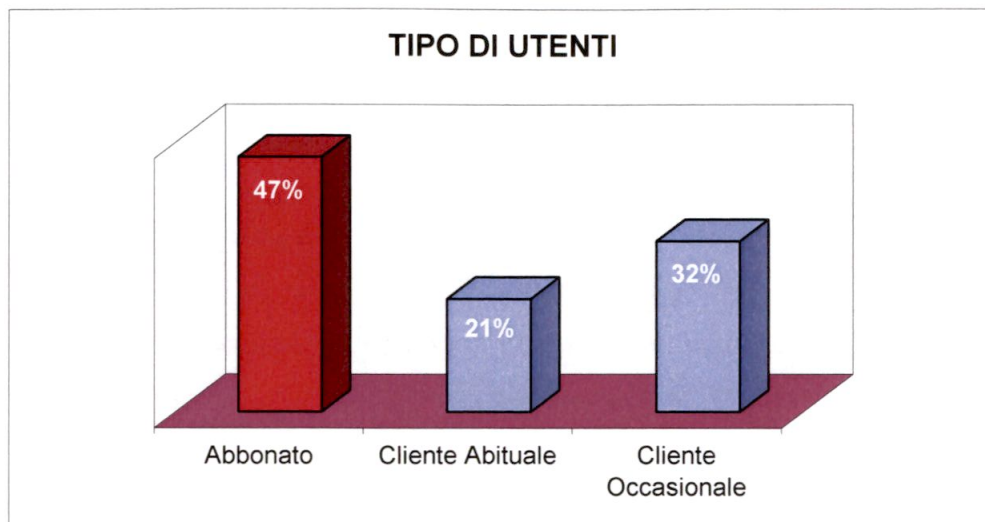
Il numero dei questionari, debitamente compilati, è risultato pari a 1300. Con un netto incremento rispetto alla precedente rilevazione effettuata con n°853 questionari.

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

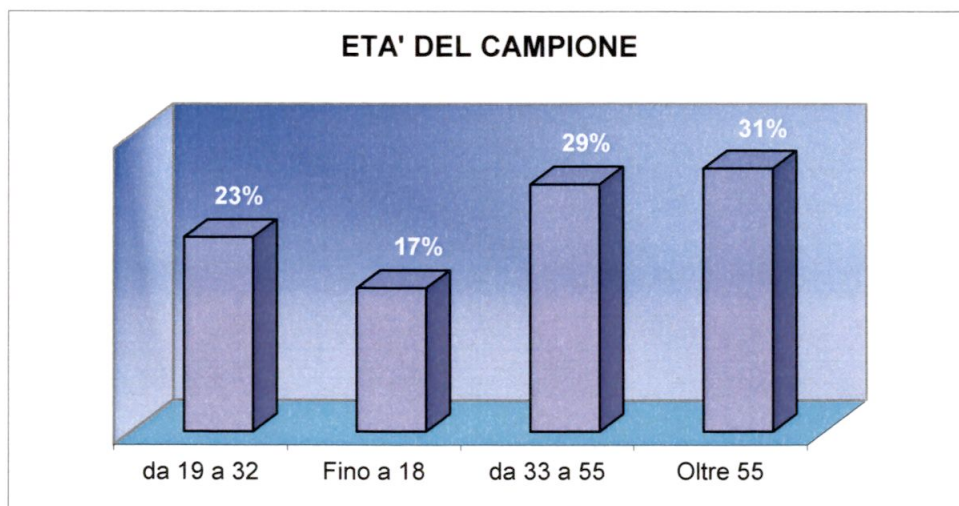
- 1) *quelle dirette a conoscere Chi fosse l'intervistato;*
- 2) *quelle destinate a indicare quale fosse il giudizio del cliente in merito agli standard di qualità del servizio e in merito al giudizio complessivo maturato verso l'azienda.*

Qui di seguito riportiamo i due ordini di informazioni innanzi detti.

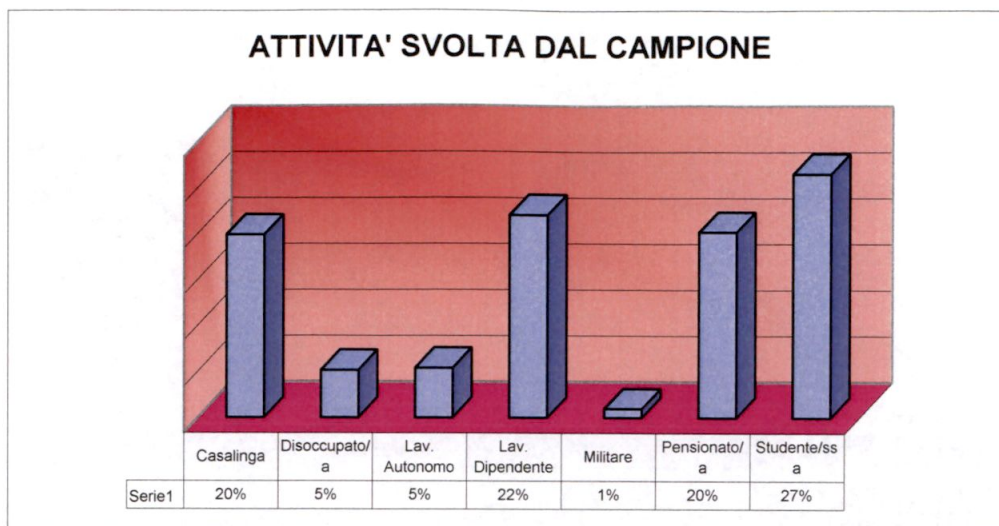
1.7 Identità del campione intervistato



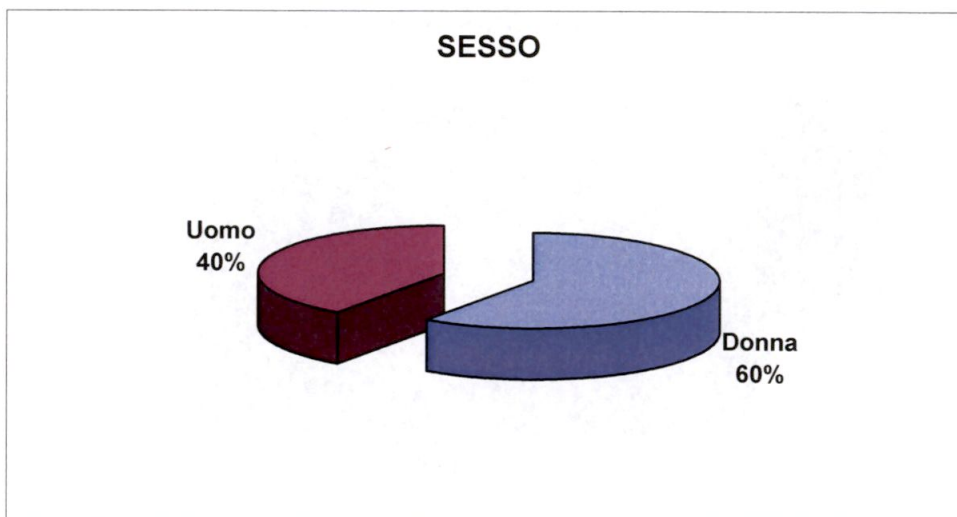
La maggior parte degli intervistati, il 47%, ha dichiarato di utilizzare il mezzo pubblico in qualità di abbonati; il 21% ne fa uso abitualmente, coloro che utilizzano il bus occasionalmente costituiscono una percentuale rilevante, il 32%.



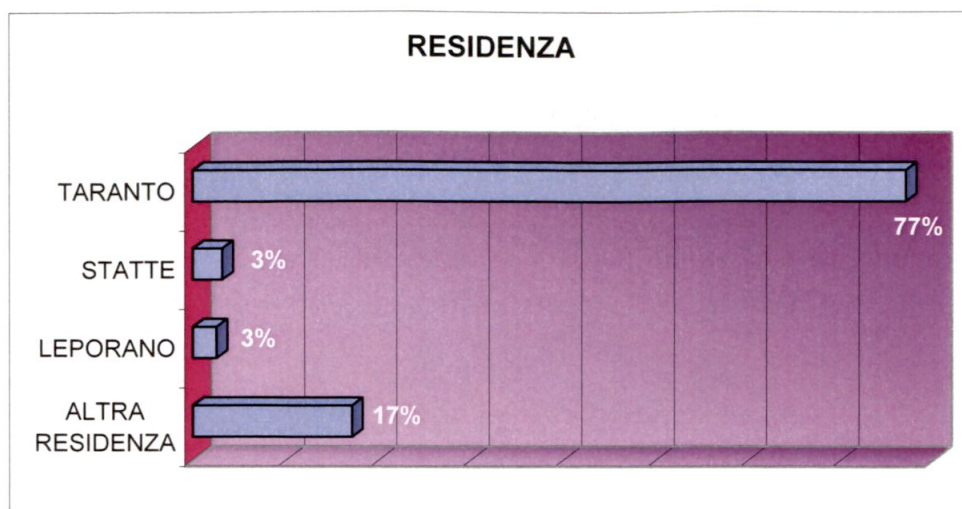
Il 31% degli intervistati che utilizzano il mezzo pubblico ha una età superiore ai 55 anni. Il 29% copre la fascia di età, compresa tra 33 e 55 anni, il 23% ha una età compresa tra 19 e 32 anni; Il restante 17% copre la fascia di età fino a 18 anni.



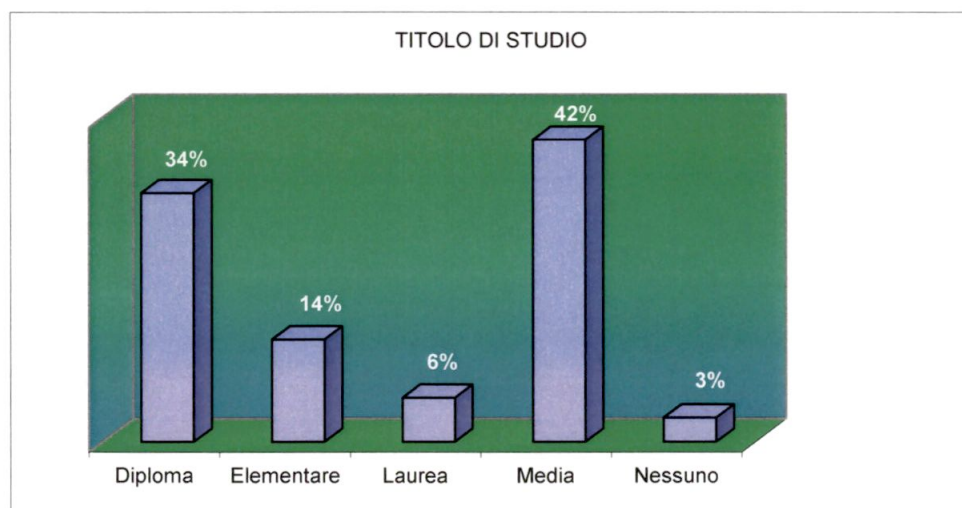
Il 22% degli utilizzatori del servizio di trasporto pubblico intervistati svolge una attività di lavoro dipendente, il 20 % sono pensionati, il 20% Casalinghe, il 27% studenti. I lavoratori autonomi compaiono nella percentuale del 5%, i non occupati compaiono nella misura de 5% il restante, 1% è costituito dai militari.



Esaminando la ripartizione tra uomini e donne, il campione delle unità intervistate è risultato composto per il 60% donne e per il 40% da uomini.



Si è ritenuto opportuno rilevare la provenienza dell'intervistato per conoscere l'origine del suo spostamento. In generale, le risposte hanno individuato la concentrazione demografica in Taranto.



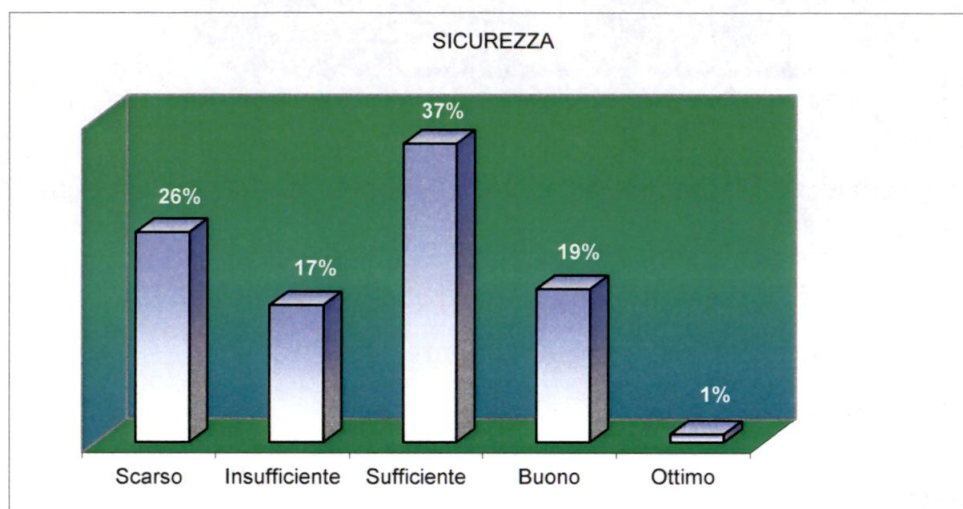
Il 34% degli intervistati è costituito da diplomati, il 42% degli utilizzatori possiede la licenza media inferiore, il 14% la licenza elementare; il 6% sono laureati.

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

Agli intervistati è stato chiesto di esprimere un parere sugli standard di qualità richiamati nella Carta della Mobilità AMAT. Le possibilità di valutazione indicate nel questionario erano le seguenti: scarso, insufficiente, sufficiente, buono ottimo.

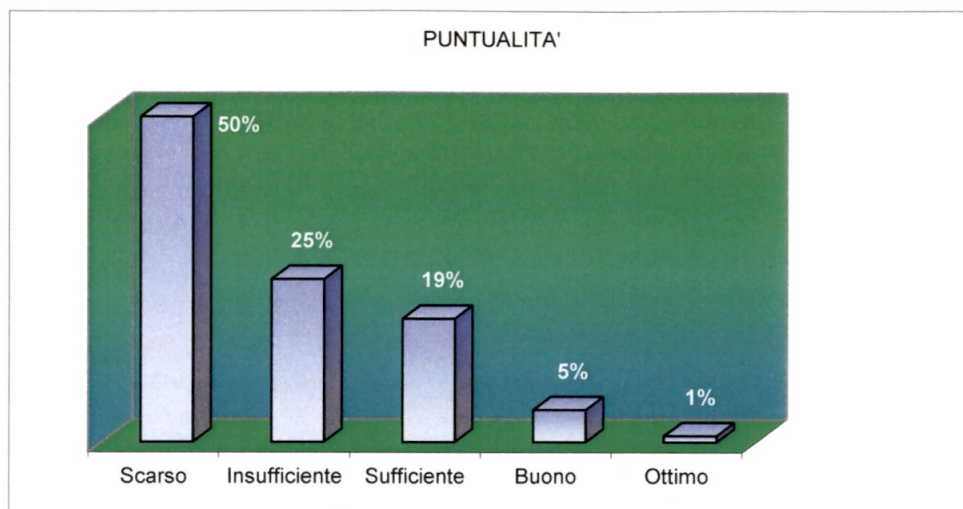
Di Seguito i risultati:

Sicurezza del Viaggio:



Il 26% degli intervistati ha dichiarato che il livello di sicurezza dei mezzi pubblici è scarso, il 17% che è insufficiente, il 19% che è buono. La maggior parte degli intervistati, pari al 37%, ha rilevato che il livello di sicurezza è sufficiente.

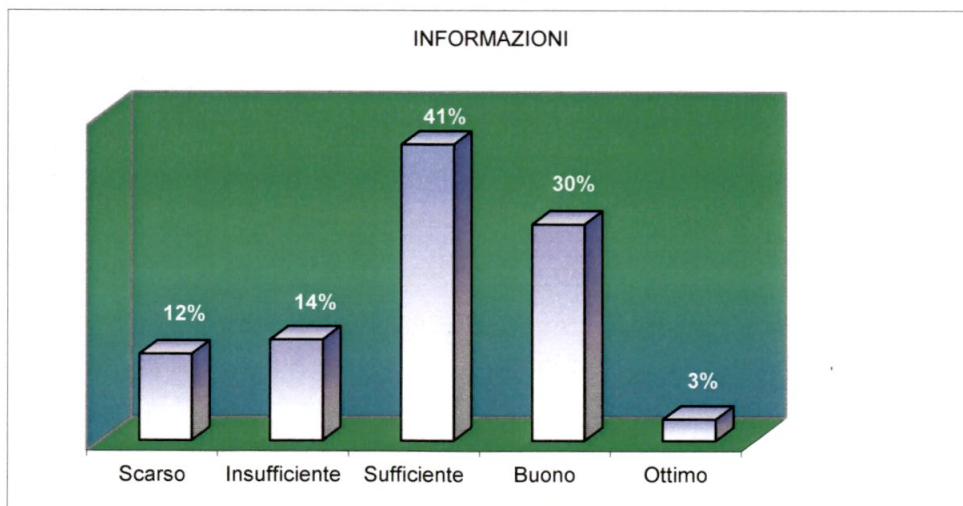
Puntualità:



Una schiacciante maggioranza degli intervistati ha rilevato che il livello di puntualità è assolutamente inaccettabile: il 50%.

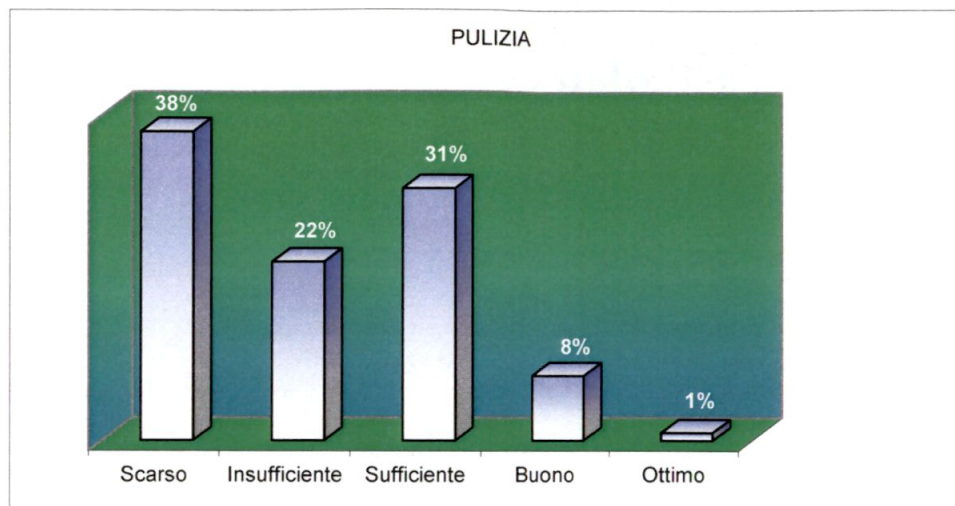
Ha ritenuto insufficiente tale standard anche il 25% degli intervistati. Ne deriva che i 3/4 dell'utenza giudicano negativamente tale fattore.

Informazioni:



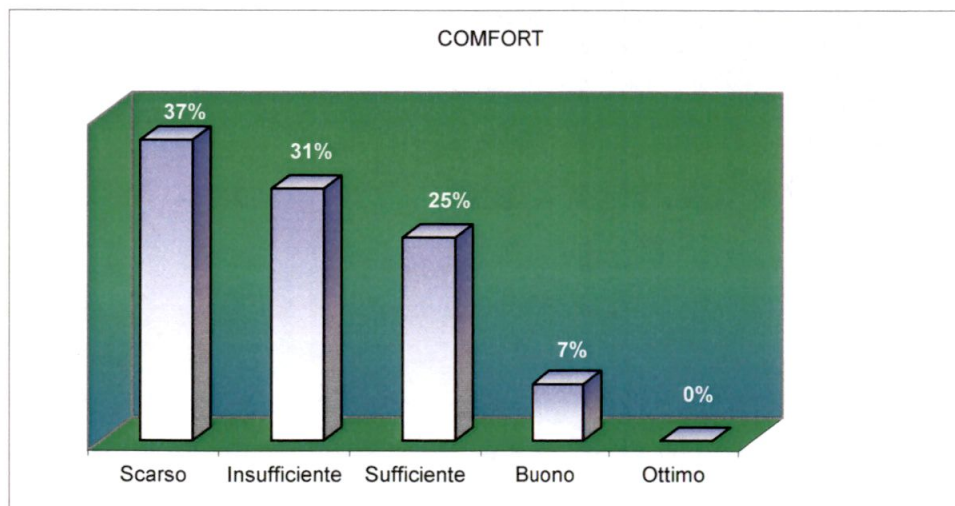
La maggioranza degli intervistati ha espresso il proprio gradimento sul servizio informazioni: il 41% ritiene che sia sufficiente, il 30% buono.

Pulizia dei mezzi:



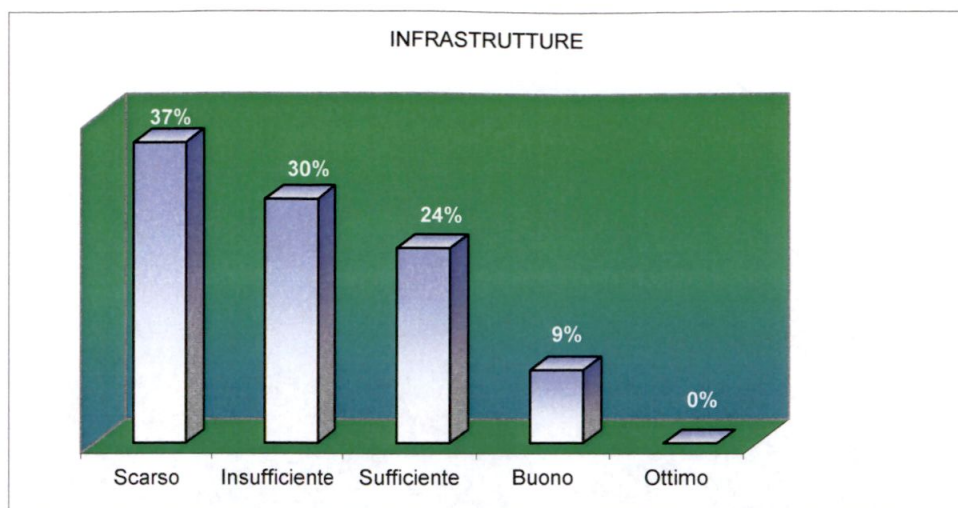
Il 38% degli intervistati ha espresso un giudizio negativo circa il livello di pulizia percepito a bordo dei bus; il 22% ha dichiarato che il livello di pulizia dei mezzi pubblici è insufficiente, ciò porta al 60% la percezione negativa di tale fattore. Il 31% ha rilevato che il livello di pulizia dei mezzi pubblici è solo sufficiente.

Comfort del viaggio:



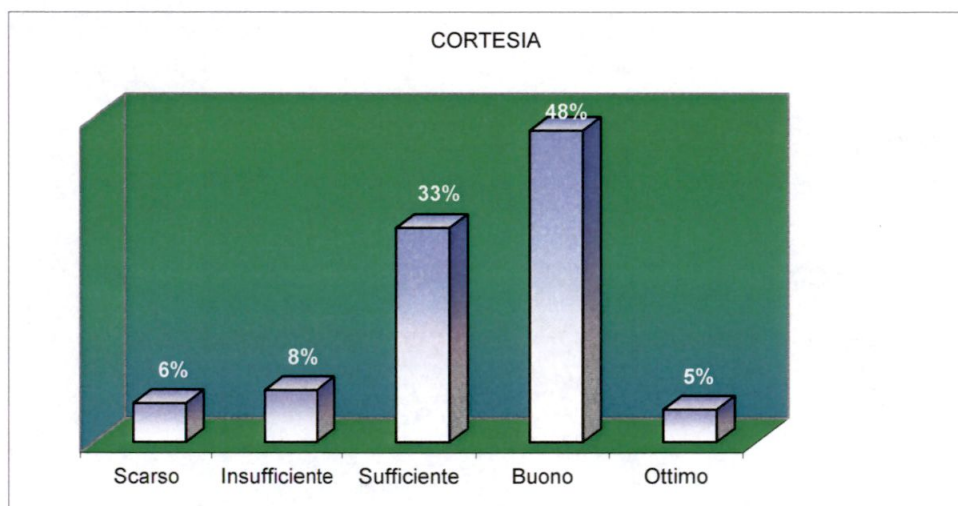
Il 37% degli intervistati ha espresso un giudizio di scarsità del livello di confort percepito a bordo dei bus; il 31% ha dichiarato tale livello insufficiente; il 25% ha rilevato che il confort dei mezzi pubblici è solo sufficiente.

Manutenzione delle paline e pensiline:



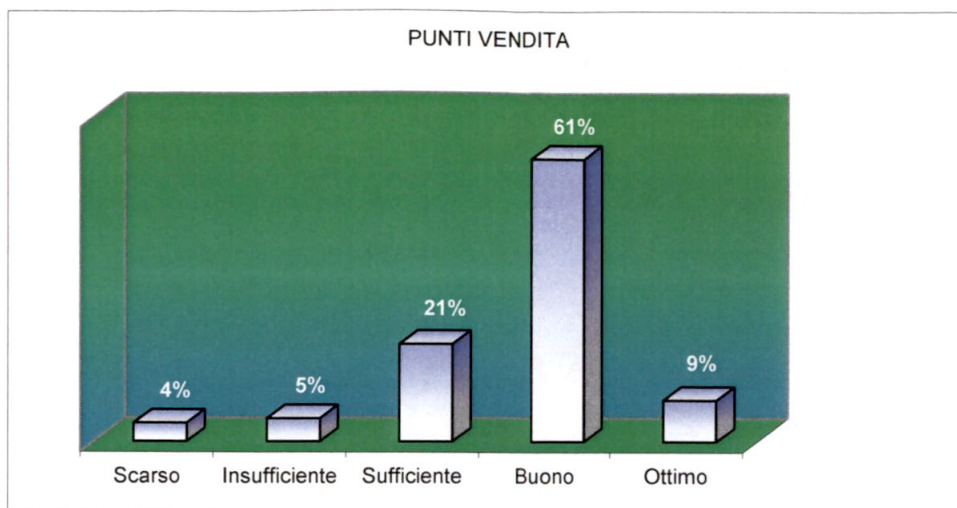
L'insieme delle valutazioni negative sulle infrastrutture è nettamente superiore alla percentuale di utenti che ne hanno rilevato la sufficienza, solo il 24%.

Cortesía del personale



Gli intervistati hanno espresso per la maggior parte un giudizio buono nei riguardi del personale: pari al 48%. Tale valutazione è in linea con i risultati dello scorso anno che esprimevano la fiducia degli utenti nei riguardi del personale di front-office.

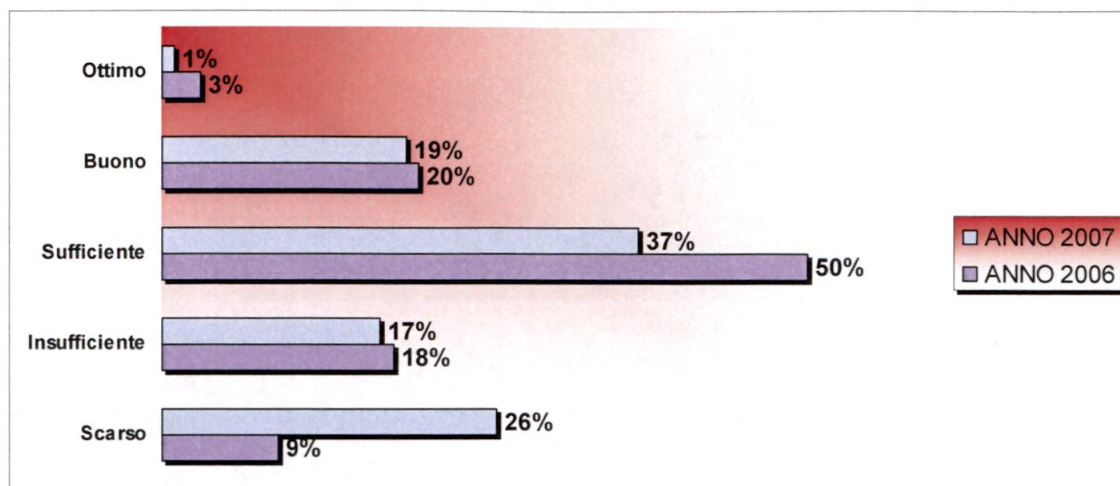
Distribuzione dei punti vendita



Gli intervistati hanno espresso in maggioranza un giudizio buono sulla distribuzione dei punti vendita sul territorio, pari al 61%.

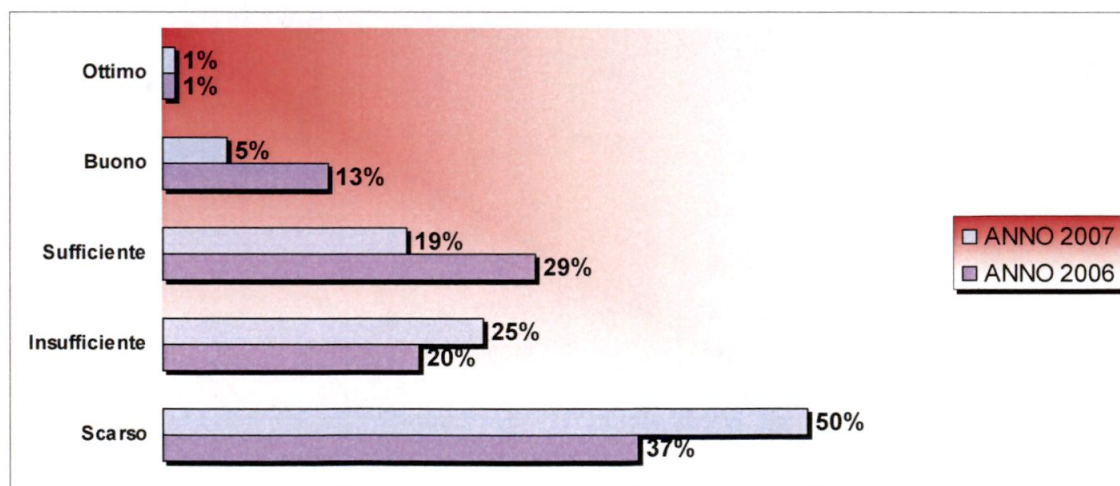
1.9 RAFFRONTO RISULTATI INDAGINE 2006/2007

Sicurezza del Viaggio



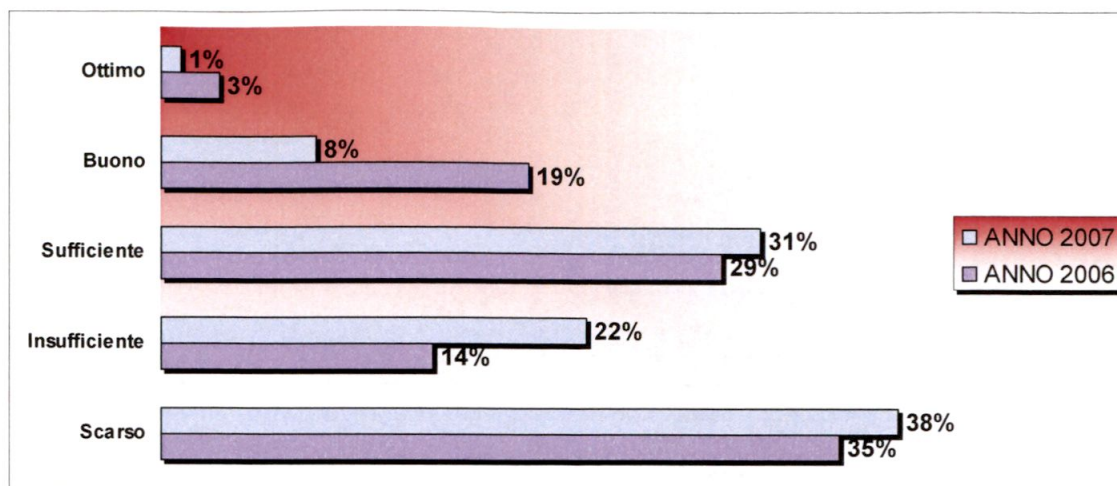
Il giudizio sulla sicurezza del viaggio in raffronto al risultato dell'anno precedente è positivo. Tuttavia si è abbassata la percentuale dei soddisfatti il 37% contro il precedente 50% del 2006.

Puntualità



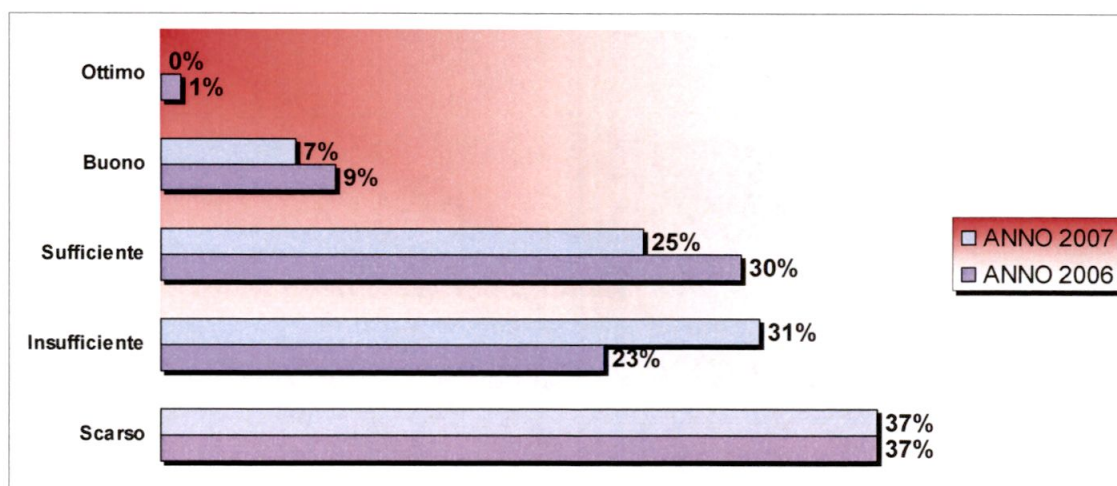
In merito alla puntualità del servizio, è cresciuta la percentuale di utenti insoddisfatti rispetto all'anno precedente: essa è passata dal 37% (2006) all'attuale 50%.

Pulizia



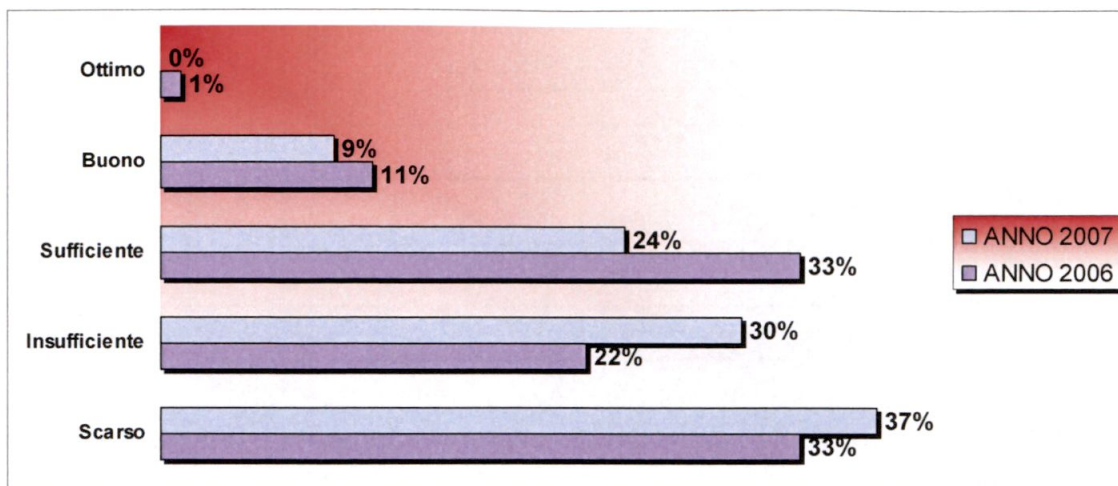
Anche il giudizio sulla pulizia percepita dall'utente è negativo, è salito dal 35% al 38%.

Comfort



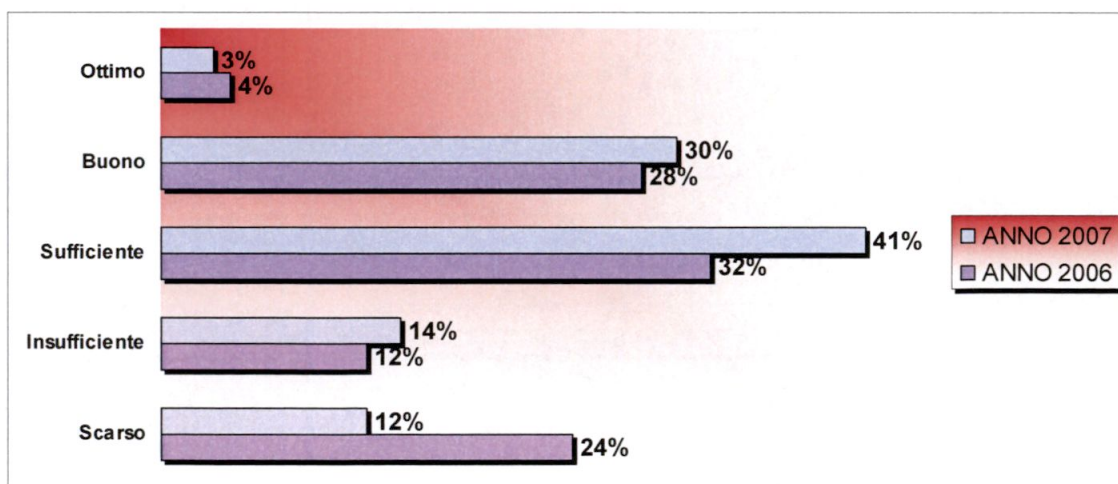
Si aggrava il giudizio negativo relativo al comfort del viaggio rispetto al 2006: nel 2007 il 68% ne da una valutazione sotto la sufficienza.

Infrastrutture



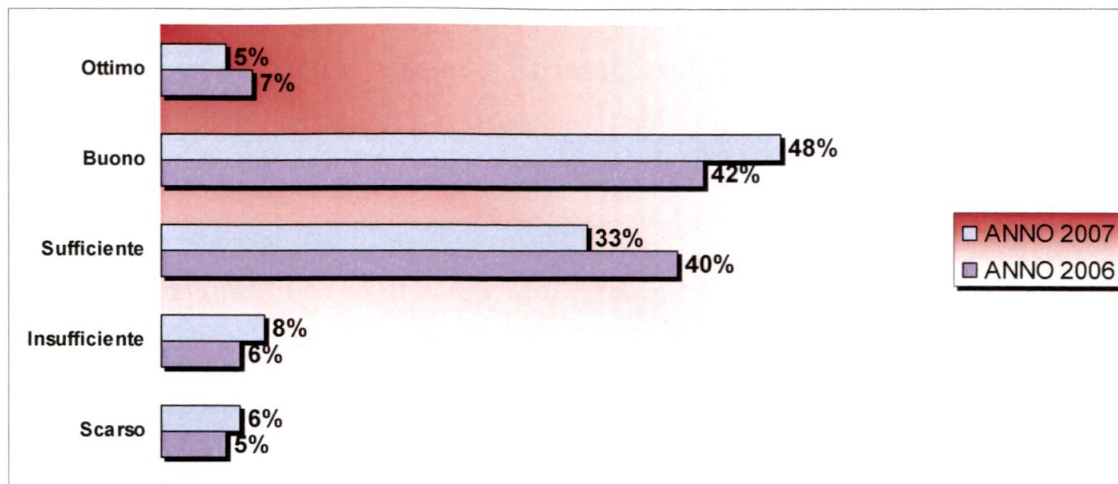
Peggiora nel 2007 il giudizio degli intervistati in merito alle infrastrutture che ha raggiunto una valutazione completamente negativa del 37%.

Informazioni



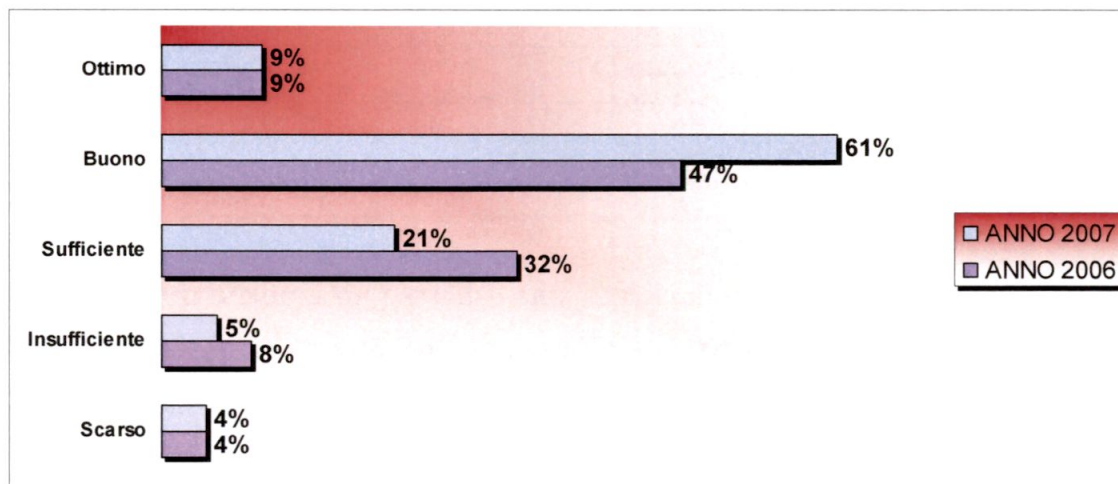
Malgrado il giudizio negativo espresso sui precedenti standard, cresce la fiducia dell'utente verso la rete di informazioni aziendale rispetto all'anno precedente.

Cortesia



Cresce da parte degli utenti il livello di percezione positivo della cortesia del personale.

Punti vendita



Anche la distribuzione dei punti vendita sul territorio ha raccolto il gradimento del pubblico, migliorando rispetto all'anno precedente.

1.10 - Conclusione

Si è registrata una partecipazione consapevole degli intervistati che, attraverso il personale adibito alla somministrazione del questionario, hanno espresso con forza le proprie opinioni ed hanno offerto il loro contributo proponendo idee e suggerimenti.

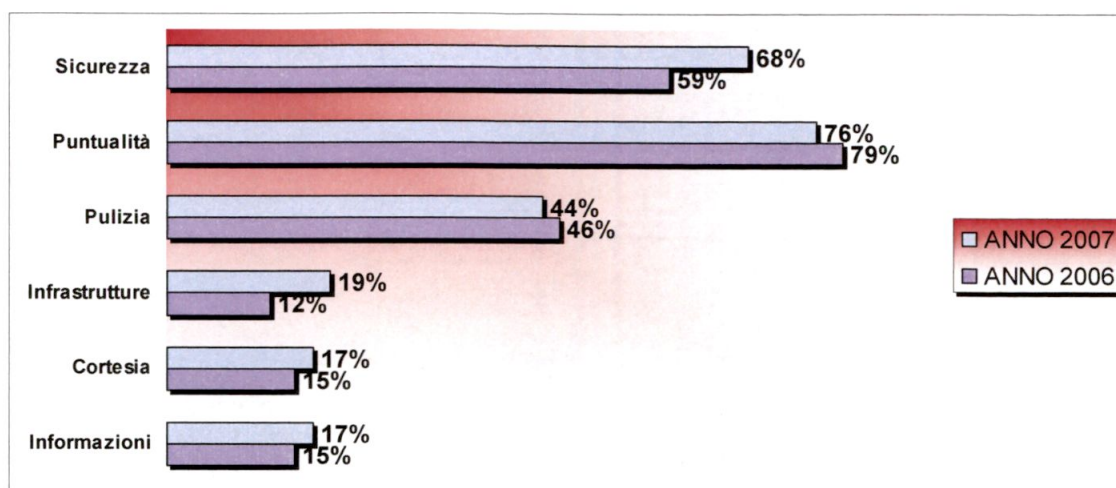
I dati e le più significative informazioni raccolte consentono di evidenziare quanto segue:

Aspetto	Giudizio
Giudizio complessivo sull'AMAT	Soddisfatti
Sicurezza del viaggio	Soddisfatti
Puntualità degli Autobus	Non soddisfatti
Pulizia degli Autobus	Non Soddisfatti
Informazione sulle corse	Soddisfatti
Cortesia del personale	Soddisfatti
Comfort del viaggio	Non Soddisfatti
Infrastrutture	Non soddisfatti
Distribuzione dei punti vendita	Soddisfatti

Anche quest'anno la clientela ha espresso un giudizio positivo sull'Azienda nel suo complesso, a dispetto dell'opinione negativa registrata su alcuni standard: probabilmente gli sforzi compiuti per migliorare la qualità del servizio offerto non sono stati adeguatamente percepiti dagli utenti finali.

Gli intervistati, invitati ad esprimersi sull'aspetto del servizio che ritengono come prioritario, accreditano di particolare valenza la puntualità, la sicurezza, la pulizia e le infrastrutture. Confermando che tali standard sono quelli sui quali è necessario concentrare gli interventi riorganizzativi.

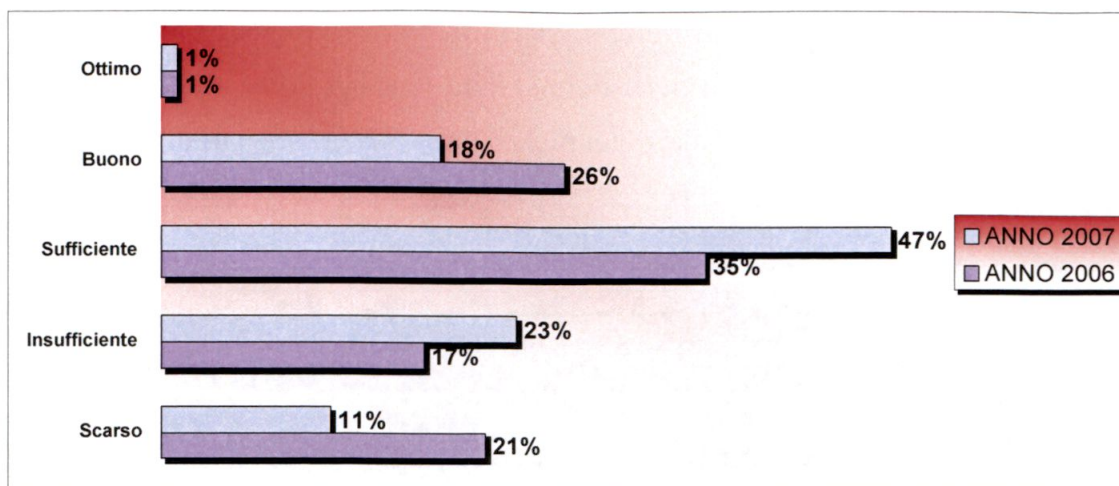
Riflettendo sui dati emersi, si rileva le aree di maggior criticità del servizio coincidono con quegli aspetti del servizio che l'utenza ritiene essenziali ai fini di dirottare la scelta sull'utilizzo del mezzo pubblico in luogo di quello privato.



Essi propongono istanze e suggerimenti indirizzati verso:

- a) una maggiore cura nelle informazioni alle fermate;
- b) una maggiore igiene dei mezzi in esercizio nel corso della giornata;
- c) una maggiore manutenzione delle pedane per disabili;
- e) più controlli sull'evasione.

Raffrontando i risultati rilevati quest'anno a quelli della precedente rilevazione si denota che il giudizio globale sull'azienda è positivo: il 47% degli utilizzatori è soddisfatto dell'attuale servizio pubblico (35% nel 2006).



Durante l'elaborazione dei questionari l'opinione espressa dagli abbonati ha rilevato un atteggiamento più critico rispetto a quello degli utilizzatori occasionali, ma i loro giudizi sono stati, comunque, negativi.

Gli abbonati hanno espresso aspettative mediamente più elevate nei confronti della qualità tecnica (regolarità del servizio ed infrastruttura), dimensione che include tutte quelle prestazioni del servizio che costituiscono oggetto di lavoro e confronto quotidiano.

In conclusione il percorso effettuato ha permesso di acquisire un quadro complessivo degli aspetti organizzativi e funzionali facendo emergere i punti di forza e le criticità. Ha ulteriormente migliorato il coinvolgimento degli utenti del servizio facendoli sentire partecipi e protagonisti delle scelte fatte.

Gli intervistati hanno avuto la possibilità di esprimersi e di valutare l'organizzazione e i problemi connessi alla struttura, facendo emergere gli aspetti positivi e negativi dal vissuto dell'ultimo anno.

All'Azienda adesso il compito di "far tesoro" delle criticità emerse, con la consapevolezza che la soluzione dei problemi evidenziati è obiettivo prioritario per il raggiungimento di standard qualitativi corrispondenti a quanto programmato.

LO STAFF OPERATIVO DELLA QUALITÀ'

(p.i. Cosimo Busso - Dott.ssa Tiziana Tursi)

[Signature] *[Signature]*