



# CUSTOMER SATISFACTION 2016

*Indagine sulla qualità percepita del servizio di trasporto erogato da  
ATB Bergamo*

*Novembre 2016*

*Rapporto di Ricerca*

 datacontact

<b>Nota metodologica</b>	pag. <b>2</b>
<b>Profilo del campione</b>	pag. <b>6</b>
<b>Notorietà e abitudini di utilizzo del servizio di trasporto pubblico</b>	pag. <b>8</b>
<b>Giudizi e opinioni relative al servizio offerto da ATB Bergamo</b>	pag. <b>36</b>
<b>Qualità attesa</b>	pag. <b>62</b>
<b>Consigli ed aspettative dei fruitori per un miglioramento prospettico del servizio</b>	pag. <b>70</b>
<b>Sintesi dei Principali Risultati</b>	pag. <b>76</b>

## NOTA METODOLOGICA

2

Soggetto realizzatore:	<b>Datacontact S.r.l.</b>
Committente:	<b>ATB BERGAMO</b>
Tipo di rilevazione:	<b>Ricerca di mercato finalizzata alla misurazione della Customer Satisfaction</b>
Universo di riferimento:	<b>Utenti del servizio di trasporto erogato da ATB Bergamo (abbonati ed occasionali)</b>
Unità intervistate:	<b>1.100 casi, di cui 500 con metodologia telefonica (utenza abbonati) e 600 face to face (di cui 300 abbonati e 300 occasionali) per un totale di 800 abbonati e 300 occasionali.</b>  Ulteriormente sono state gestite interviste trattate come campioni separati e non comprese in questo elaborato: 83 interviste raccolte con modalità CAPI a utenti abbonati e occasionali in giornata festiva (domenica 27 novembre); 200 interviste raccolte con modalità CAWI a utenti abbonati
Periodo di rilevazione:	<b>CAPI: Dal 21 al 26 Novembre 2016</b>  <b>CATI: Dal 22 al 26 Novembre 2016</b>
Metodologia utilizzata:	<b>Interviste telefoniche supportate da sistema C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview) per segmento abbonati (500 casi)</b>  <b>Interviste face to face supportate da sistema C.A.P.I. (Computer Aided Personal Interview app Idsurvey su tablet) per utenza complessiva (600 casi)</b>

**Tipo di campionamento:**

**Metodologia telefonica:** campionamento rappresentativo dei soli clienti **ABBONATI** al servizio ATB, segmentati **proporzionalmente per quote di sesso, età, tipologia abbonamento** (Lavoratori , Over 65, Studenti) **e per residenza** (secondo la ripartizione per zone ATB System).

**Metodologia face to face:** entrambi i sub campioni utenza *occasionale e abbonata* sono stati intercettati a bordo dei mezzi, secondo una ripartizione delle quote campione effettuata sulla base dei **chilometri percorsi ogni anno dalle principali linee di Atb**. Per quanto riguarda le variabili anagrafiche di sesso ed età, si è scelto di utilizzare per la definizione del campione di **Abbonati i dati dell'universo di riferimento** mentre per quanto concerne il subcampione di utenti **Occasionali si è stabilito di non vincolare in termini di quote attese le interviste in funzione del dato residenziale lasciando quindi libero**, da questo punto di vista, il reclutamento degli intervistati. Successivamente le quote sono state divise per fascia oraria, in modo da ottenere una **distribuzione del totale interviste programmate tra orario di punta ed orario di morbida rispettivamente pari al 70% d al 30%**. Le interviste festive sono state realizzate senza alcun vincolo di campionamento sulle linee 1-5 -6 -8.

**Errore di campionamento:Utenza abbonata: 3,4% con intervallo di confidenza al 95%\***

*\* Valori stimati sulla base dell'utenza con abbonamento valido nel 2016 (21.832 abbonati)*

Nell'edizione 2016 della Customer Satisfaction si è deciso di approfondire, oltre ai parametri già censiti, un ulteriore aspetto non indagato nelle edizioni precedenti.

Nella sezione di CS è stato quindi previsto l'inserimento dell'item:

- **Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte dei verificatori**

Ulteriormente, al fine di individuare la **qualità attesa** rispetto al servizio, è stata riformulata la domanda relativa all'importanza degli 8 fattori di qualità del servizio chiedendo, per ciascuno, di indicare quanto lo si ritiene importante con voto 1-10 (diversamente dagli anni precedenti in cui veniva richiesto di indicare i 3 più importanti).

Infine la segmentazione per Linea adottata in questa analisi, non fa riferimento alla "Linea su cui viene effettuata l'intervista" ma alla "**Linea ATB maggiormente utilizzata**".

Tutte le modifiche introdotte con la CS 2015, sono state mantenute.

- **scala di valutazione 1-10**
- **8 fattori di qualità del servizio**
- **approfondimento sulla domenica**

Al fine di permettere la lettura dei dati per area geografica di residenza, **il campione intervistato è stato suddiviso in 6 aree/categorie** a seconda della posizione del Comune di residenza indicato rispetto alla città di Bergamo. Qui di seguito vengono elencati i **principali** Comuni di residenza dichiarati dagli intervistati (cfr slide 7) ricondotti alle rispettive aree territoriali.

- **Bergamo:** comprende i residenti a Bergamo città
- **Nord:** comprende i residenti nei comuni situati a nord di Bergamo (Ponteranica, Sorisole, Villa d'Almè, ..)
- **Sud:** comprende i residenti nei comuni situati a sud di Bergamo (Stezzano, Dalmine, Treviolo, Grassobbio, Lallio, Orio al Serio, Azzano S. Paolo,...)
- **Ovest:** comprende i residenti nei comuni situati a Ovest di Bergamo (Curno, Mozzo, Ponte S, Pietro, ...)
- **Est:** comprende i residenti nei comuni situati a Est di Bergamo (Albano Sant'Alessandro, Alzano Lombardo, Gorle, Seriate, Torre Boldone...)
- **Non indica:** comprende quanti non hanno voluto indicare il proprio comune di residenza

## PROFILO DEL CAMPIONE

6

FASCIA ORARIA IN CUI E' REALIZZATA L'INTERVISTA	Totale %	Tot 2015 %	Abbonati %	Occasionali %
7.00-9.30 (orario di punta)	21,2	18,3	22,7	19,7
9.30-12.30 (orario di morbida)	21,3	20,2	20,0	22,7
12.30-14.30 (orario di punta)	37,0	38,0	38,0	36,0
14.30-17.00 (orario di morbida)	7,8	9,5	8,7	7,0
17.00-19.00 (orario di punta)	12,7	14,0	10,7	14,7
	<b>N : 600</b>	<b>N : 600</b>	<b>n:300</b>	<b>n:300</b>

LINEA SU CUI VIENE FATTA L'INTERVISTA:	Totale %	Tot 2015 %	Abbonati %	Occasionali %
Linea 1	16,3	16,0	16,3	16,3
Linea 2	10,0	8,0	10,0	10,0
Linea 3	2,0	2,3	2,0	2,0
Linea 5	25,3	26,0	25,3	25,3
Linea 6	9,3	9,3	9,3	9,3
Linea 7	7,7	7,3	7,7	7,7
Linea 8	12,7	12,0	12,7	12,7
Linea 9	11,7	12,0	11,7	11,7
Linea 10	1,3	3,7	1,3	1,3
Funicolare di Città	3,7	3,3	3,7	3,7
	<b>N : 600</b>	<b>N : 600</b>	<b>n:300</b>	<b>n:300</b>

Sesso	Totale %	Tot 2015 %	Abbonati %	Occasionali %
Maschio	40,2	39,8	37,3	48,0
Femmina	59,8	60,2	62,8	52,0
	<b>N : 1100</b>	<b>N : 1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>

Età	Totale %	Tot 2015 %	Abbonati %	Occasionali %
14-25	51,2	55,1	62,5	21,0
26-45	17,0	18,8	10,0	35,7
46-64	14,6	12,0	9,8	27,7
65 e più	17,2	14,1	17,8	15,7
	<b>N : 1100</b>	<b>N : 1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>

Titolo di studio	Totale %	Tot 2015 %	Abbonati %	Occasionali %
Nessuno/elementare	3,8	3,9	2,8	6,7
Media inferiore	30,3	37,6	34,6	18,7
Media superiore	42,5	44,3	44,1	38,0
Laurea/post laurea	18,0	13,4	13,1	31,0
non indica	5,5	0,8	5,4	5,7
	<b>N : 1100</b>	<b>N : 1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>

*N.B. Sono state quindi escluse dal monitoraggio le linee che presentano percentuali di affollamento meno significative.*

## PROFILO DEL CAMPIONE (segue)

7

Professione	Totale	Tot 2015	Abbonati	Occasionali
	%	%	%	%
Operaio	5,4	3,9	4,3	8,3
Artigiano	0,4	0,5	0,1	1,0
Commerciante	0,6	0,9	0,4	1,0
Impiegato/insegnante	14,1	13,7	10,5	23,7
Libero professionista / dirigente / imprenditore	6,1	5,1	4,4	10,7
Casalinga	5,4	4,9	3,6	10,0
Pensionato	14,7	12,4	14,9	14,3
Studente	47,7	52,5	58,3	19,7
Disoccupato	3,2	4,3	1,3	8,3
Altro	0,4	0,6	0,5	0,0
Non indica	2,2	1,4	1,9	3,0
	<b>N : 1100</b>	<b>N : 1100</b>	<b>n : 800</b>	<b>n : 300</b>

Area di residenza	Totale	Tot 2015	Abbonati	Occasionali
	%	%	%	%
Bergamo	48,2	47,6	48,0	48,7
Est	22,7	17,8	22,5	23,3
Nord	5,8	6,8	6,4	4,3
Ovest	8,8	9,0	9,5	7,0
Sud	11,7	13,8	12,5	9,7
Altro/Non indica	2,7	5,0	1,1	7,0
	<b>N : 1100</b>	<b>N : 1100</b>	<b>n : 800</b>	<b>n : 300</b>

Comune di Residenza	Totale	Tot 2015	Abbonati	Occasionali
	%	%	%	%
BERGAMO	48,6	47,6	48,5	48,7
ALBANO SANTALESSANDRO	4,8	0,6	6,1	1,3
CURNO	4,8	2,0	5,6	2,7
DALMINE	4,5	3,5	5,9	0,7
ALZANO LOMBARDO	3,7	2,3	4,8	1,0
ALME'	3,3	0,6	4,3	0,7
AZZANO SAN PAOLO	3,2	1,7	4,1	0,7
SERiate	3,2	5,1	2,3	5,7
GORLE	2,3	0,9	2,5	1,7
RANICA	2,2	1,9	1,8	3,3
MOZZO	1,7	3,7	1,4	2,7
TORRE BOLDONE	1,6	3,6	1,3	2,7
PONTE SAN PIETRO	1,5	1,2	0,8	3,3
PONTERANICA	1,2	2,3	0,9	2,0
SORISOLE	1,2	2,6	1,0	1,7
SCANZOROSCIATE	1,1	1,1	0,5	2,7
Altro	10,9	5,2	3,4	7,3
Non indica	0,4	0,1	0,4	0,3
	<b>N : 1100</b>	<b>N : 1100</b>	<b>n : 800</b>	<b>n : 300</b>

\* Al fine di favorire la comparazione longitudinale, nella tabella sono riportati per l'anno 2015 solo i valori relativi ai comuni monitorati anche nel 2016

- Notorietà e abitudini di utilizzo del servizio di trasporto pubblico -

## Da quanto tempo utilizza i servizi ATB Bergamo?

9

- monitoraggio rilevazione novembre 2016 / novembre 2015-

	Rilevazione 2016	Rilevazione 2015	$\Delta$ (2016-2015)	Significativo* al 95%
Da quest'anno	9,9	5,3	<b>4,6</b>	No
1-3 anni	20,8	21,5	<b>-0,6</b>	No
4-5 anni	16,6	21,4	<b>-4,7</b>	No
Più di 5 anni	51,8	51,7	<b>0,1</b>	No
	N: 1100	N: 1100		

\* Per una completa comprensione dei risultati in una logica temporale (monitoraggio), è opportuno verificare se le dichiarazioni fornite dagli intervistati nei due momenti analizzati, abbiano generato degli scostamenti, e in tal caso, se quest'ultimi possano essere considerati differenze di rilievo. Viene applicato pertanto un test statistico che permette di comprendere se i delta presi in esame siano significativi o se al contrario le differenze riscontrate si possano imputare alla casualità.

\*\* Eventuali scostamenti dei risultati rispetto alla differenza tra i valori dell'anno 2016 con quelli del 2015 sono da imputarsi ai calcoli di arrotondamento dei decimali elaborati dai software di analisi.

# Quali sono i motivi principali per cui utilizza i mezzi di trasporto pubblico?

- Risposte SPONTANEE con possibilità di risposta multipla -

10

- analisi per linea maggiormente utilizzata -

	Linea maggiormente utilizzata							
	Totale	Linea 1	Linea 2	Linea 5	Linea 6	Linea 7	Linea 8	Linea 9
	%	%	%	%	%	%	%	%
Motivi di studio/recarmi a scuola	49,6	51,1	30,1	51,1	63,1	51,3	40,3	56,7
Motivi professionali/recarmi sul posto di lavoro	23,0	20,4	20,6	21,7	27,7	28,2	28,1	24,7
Motivi di svago/divertimento/cultura	19,9	24,9	28,1	12,7	16,2	20,5	23,0	11,3
Motivi di shopping/spesa	15,2	19,0	21,9	15,8	5,4	14,1	16,6	11,3
Motivi sanitari/visite mediche	9,2	10,0	24,0	7,7	1,5	5,1	11,5	3,1
Visita a parenti e amici	9,0	8,1	17,1	10,9	3,9	6,4	9,4	7,2
Motivi di sport e hobby	1,8	2,7	2,7	1,4	2,3		0,7	3,1
Turismo	0,5	0,9				1,3		1,0
Altro	2,2	4,1	0,7	2,7	0,8		1,4	4,1
Non indica	0,4			0,9		1,3		
	N : 1100	n:221	n:146	n:221	n:130	n:78	n:139	n:97

NB: Sono escluse dalla rappresentazione grafica le linee meno utilizzate. Per maggiori dettagli consultare il volume analitico

# In genere, perché sceglie i mezzi di trasporto pubblico rispetto ad altri mezzi di trasporto?

- Risposte SPONTANEE con possibilità di risposta multipla -

11

- analisi per utenza e tipologia abbonamento (solo abbonati interviste CATI)-

	Utenza			Tipologia abbonamento (CATI)		
	Totale	Abbonati	Occasionali	Lavoratori	Over 65	Studenti
	%	%	%	%	%	%
Comodità del viaggio	43,1	47,5	31,3	37,0	58,3	53,9
Non dispongo di un mezzo privato	25,7	26,4	24,0	22,2	11,9	20,9
Non dispongo della patente	20,0	22,4	13,7	17,3	21,4	26,8
Per evitare problemi di parcheggio	18,4	14,3	29,3	17,9	14,3	6,7
Per evitare problemi di traffico	13,1	10,9	19,0	16,7	9,5	6,7
Velocità di spostamento	7,6	8,8	4,7	12,4	10,7	11,4
Comodità negli orari	4,6	4,8	4,3	6,2		9,1
Convenienza economica	4,1	4,6	2,7	6,8	8,3	1,2
In caso di maltempo	3,1	0,8	9,3	0,6		
Sensibilità/Tutela ambientale	1,7	1,6	2,0	2,5		
Altro	0,6	0,5	0,7		1,2	1,2
Non indica	0,3	0,4		0,6		0,4
	<b>N :1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>	<b>n:162</b>	<b>n:84</b>	<b>n:254</b>

## Quante linee utilizza per arrivare alla sua meta abituale?

12

- **analisi per utenza e tipologia abbonamento** (solo abbonati interviste CATI)-

	Totale	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		%	Abbonati	Occasionali	Lavoratori	Over 65
		%	%	%	%	%
Solo una	47,0	46,3	49,0	59,9	21,4	52,0
Più di una	52,6	53,8	49,3	40,1	78,6	48,0
Non indica	0,5		1,7			
	<b>N : 1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>	<b>n:162</b>	<b>n:84</b>	<b>n:254</b>

- **analisi per residenza e fascia oraria** (solo interviste face to face)-

	Totale	Residenza					Fascia oraria (FACE)		
		Bergamo	Est	Nord	Ovest	Sud	Non indica	Orario di Punta	Orario di Morbida
	%	%	%	%	%	%	%	%	
Solo una	47,0	43,4	54,8	50,0	39,2	53,5	36,7	44,9	45,1
Più di una	52,6	55,9	45,2	48,4	60,8	46,5	63,3	53,9	54,9
Non indica	0,5	0,8		1,6				1,2	
	<b>N : 1100</b>	<b>n:530</b>	<b>n:250</b>	<b>n:64</b>	<b>n:97</b>	<b>n:129</b>	<b>n:30</b>	<b>n:425</b>	<b>n:175</b>

# Quale linea utilizza prevalentemente per arrivare alla sua meta abituale?

Una sola risposta, la principale

13

- analisi per utenza e tipologia abbonamento (solo abbonati interviste CATI)-

	Utenza			Tipologia abbonamento (CATI)		
	Totale	Abbonati	Occasionali	Lavoratori	Over 65	Studenti
	%	%	%	%	%	%
Linea 1	<b>20,1</b>	19,0	23,0	11,1	14,3	18,9
Linea 5	<b>20,1</b>	20,5	19,0	22,8	17,9	21,3
Linea 2	<b>13,3</b>	12,8	14,7	8,6	28,6	8,3
Linea 8	<b>12,6</b>	12,3	13,7	15,4	15,5	6,3
Linea 6	<b>11,8</b>	12,6	9,7	17,3	4,8	15,4
Linea 9	<b>8,8</b>	9,5	7,0	11,1	10,7	14,2
Linea 7	<b>7,1</b>	7,0	7,3	8,6	6,0	5,1
Linea 3	<b>1,6</b>	1,4	2,3	0,6	1,2	1,6
Linea 10	<b>1,2</b>	1,3	1,0	0,6		2,0
Funicolare città alta	<b>0,8</b>	0,6	1,3		1,2	
Linea 26	<b>0,2</b>	0,3				0,8
Linea 21	<b>0,1</b>	0,1				0,4
Linea 28	<b>0,1</b>	0,1		0,6		
Non indica	<b>2,2</b>	2,6	1,0	3,1		5,9
	<b>N : 1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>	<b>n:162</b>	<b>n:84</b>	<b>n:254</b>

## Qual è la durata media del suo viaggio sui mezzi ATB, per raggiungere la sua destinazione abituale?

14

- analisi per residenza e fascia oraria (solo interviste face to face)-

	Totale	Linea maggiormente utilizzata						
		Linea 1	Linea 2	Linea 5	Linea 6	Linea 7	Linea 8	Linea 9
	%	%	%	%	%	%	%	%
0-15 minuti	24,0	19,0	26,7	24,9	37,7	34,6	13,0	16,5
16-30 minuti	48,7	45,3	56,9	52,5	36,2	46,2	56,8	47,4
31-45 minuti	19,7	29,4	13,0	17,2	14,6	14,1	21,6	24,7
46-60 minuti	6,0	5,9	2,7	4,1	9,2	5,1	7,9	9,3
Oltre 60 minuti	1,4	0,5		1,4	1,5		0,7	2,1
Non indica	0,2		0,7		0,8			
	N :1100	n:221	n:146	n:221	n:130	n:78	n:139	n:97

NB: Sono escluse dalla rappresentazione grafica le linee meno utilizzate. Per maggiori dettagli consultare il volume analitico

# Quali sono tutti i mezzi di trasporto – oltre all'autobus – che ha utilizzato oggi per compiere il suo viaggio?

- Possibilità di risposta multipla -

15

- **analisi per utenza e tipologia abbonamento** (solo abbonati interviste CATI)-

	Totale	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati	Occasionali	Lavoratori	Over 65	Studenti
		%	%	%	%	%
A piedi	<b>65,3</b>	60,3	78,7	58,0	42,9	53,9
Treno	<b>8,3</b>	8,3	8,3	9,3	11,9	5,5
Autobus extraurbano	<b>7,6</b>	10,4	0,3	16,7	25,0	12,6
Automobile	<b>5,5</b>	5,8	4,7	5,6	13,1	8,3
Bicicletta propria	<b>5,1</b>	4,6	6,3	1,9		2,4
Tramvia TEB	<b>4,6</b>	5,6	2,0	6,2	3,6	7,9
Funicolare	<b>3,0</b>	3,8	1,0	3,1	3,6	4,3
Metropolitana	<b>2,9</b>	2,9	3,0	3,7	1,2	1,2
Moto	<b>1,4</b>	1,1	2,0	0,6		2,0
Bicicletta bike sharing (BiGi)	<b>0,1</b>	0,1				
Altro	<b>1,1</b>	1,4	0,3	1,2	2,4	1,6
Non indica	<b>10,9</b>	12,0	8,0	11,7	9,5	16,1
	<b>N :1100</b>	<b>n:800</b>	<b>n:300</b>	<b>n:162</b>	<b>n:84</b>	<b>n:254</b>

## Con che frequenza utilizza i mezzi ATB?

16

- analisi per linea maggiormente utilizzata -

	Totale	Linea maggiormente utilizzata						
		Linea 1	Linea 2	Linea 5	Linea 6	Linea 7	Linea 8	Linea 9
		%	%	%	%	%	%	%
Tutti i giorni (7 su 7)	<b>33,3</b>	29,0	32,9	33,5	44,6	39,7	22,3	40,2
Solo nei giorni feriali (lun-ven o lun-sab)	<b>32,4</b>	34,8	26,0	31,2	30,0	33,3	33,8	32,0
Qualche volta alla settimana	<b>21,1</b>	22,6	32,9	22,2	10,8	12,8	22,3	20,6
Qualche volta al mese	<b>9,3</b>	9,5	4,1	9,1	11,5	9,0	18,7	2,1
Saltuariamente/qualche volta all'anno	<b>2,9</b>	2,3	3,4	2,7	2,3	5,1	2,9	4,1
Sono solo di passaggio	<b>0,9</b>	1,8	0,7	0,5	0,8			1,0
Non indica	<b>0,2</b>			0,9				
	<b>N :1100</b>	<b>n:221</b>	<b>n:146</b>	<b>n:221</b>	<b>n:130</b>	<b>n:78</b>	<b>n:139</b>	<b>n:97</b>

NB: Sono escluse dalla rappresentazione grafica le linee meno utilizzate. Per maggiori dettagli consultare il volume analitico

- Giudizi ed opinioni relative al servizio di trasporto pubblico  
offerto da ATB Bergamo -  
***Customer Satisfaction***

**Le pongo ora delle domande per valutare il suo livello di soddisfazione rispetto al servizio offerto da ATB. Per ognuno degli aspetti che le leggerò vorrei avere un suo giudizio. Lo esprima utilizzando un punteggio da 1 a 10, dove 1 è il punteggio più basso e 10 il più alto**

18

**-monitoraggio rilevazione novembre 2016/ novembre 2015-**

	Rilevazione 2016	Rilevazione 2015	$\Delta$ (2016-2015)	Significativo* al 95%
Orario di inizio e fine servizio	7,0	7,0	-0,1	No
Frequenza delle corse	6,7	6,7	0,0	No
Rispetto delle corse e delle fermate previste	7,3	7,5	-0,2	Sì
Copertura efficace del territorio servito	7,3	7,3	0,0	No
Posizione delle fermate e dei collegamenti	7,6	7,5	0,1	No
Possibilità di acquistare titoli di viaggio integrati (urbano + extraurbano)	7,1	7,0	0,1	No
Facilità di munirsi dei biglietti e degli abbonamenti	7,5	7,3	0,2	Sì
Facilità di trovare le informazioni sulla rete e gli orari	7,6	7,7	-0,1	Sì
Informazioni alle fermate (video, cartelli)	7,4	7,5	-0,1	No
Puntualità delle corse	6,6	6,7	-0,1	No
Durata dello spostamento	7,1	7,1	-0,1	No
Cortesìa/educazione del personale di guida	7,1	7,3	-0,2	Sì
Rispetto/comportamento dei verificatori dei titoli di viaggio	7,2	7,2	0,0	No
Capacità dell'azienda di comunicare, informare e sensibilizzare	7,0	6,9	0,1	No
Livello di risposta alle richieste sul servizio/reclami/informazioni	6,9	7,0	-0,1	No
Riconoscibilità del personale ATB/divisa aziendale	8,2	7,8	0,4	Sì
	N: 1100	N: 1100		

\* Per una completa comprensione dei risultati in una logica temporale (monitoraggio), è opportuno verificare se le dichiarazioni fornite degli intervistati nei due momenti analizzati, abbiano generato degli scostamenti, e in tal caso, se quest'ultimi possano essere considerati differenze di rilievo. Viene applicato pertanto un test statistico che permette di comprendere se i delta presi in esame siano significativi o se al contrario le differenze riscontrate si possano imputare alla casualità.

**NB: Nella tabella sono rappresentati solo gli aspetti monitorati sia nell'indagine 2015 che nell'indagine 2016**

\*\* Eventuali scostamenti dei risultati rispetto alla differenza tra i valori dell'anno 2016 con quelli del 2015 sono da imputarsi ai calcoli di arrotondamento dei decimali elaborati dai software di analisi.

**Le pongo ora delle domande per valutare il suo livello di soddisfazione rispetto al servizio offerto da ATB. Per ognuno degli aspetti che le leggerò vorrei avere un suo giudizio. Lo esprima utilizzando un punteggio da 1 a 10, dove 1 è il punteggio più basso e 10 il più alto (SEGUE)**

	<b>Rilevazione 2016</b>	<b>Rilevazione 2015</b>	<b>Δ (2016–2015)</b>	<b>Significativo* al 95%</b>
Comfort dei mezzi	6,9	6,9	<b>0,0</b>	<b>No</b>
Climatizzazione / riscaldamento dei mezzi	7,2	7,1	<b>0,1</b>	<b>No</b>
Affollamento dei mezzi / spazio a bordo	5,5	5,6	<b>-0,2</b>	<b>Si</b>
Pulizia dei mezzi	6,8	6,6	<b>0,2</b>	<b>Si</b>
Pulizia delle pensiline alle fermate	6,8	6,7	<b>0,1</b>	<b>No</b>
Funzionamento strumenti operativi e di supporto a bordo (validatrici, video, pedane disabili..)	7,0	7,2	<b>-0,2</b>	<b>Si</b>
Accessibilità dei mezzi ai diversamente abili (disabilità motorie - non vedenti – non udenti)	6,8	7,0	<b>-0,1</b>	<b>No</b>
Rumore/vibrazioni a bordo mezzo	6,8	6,8	<b>0,0</b>	<b>No</b>
Sicurezza a bordo e alle fermate (furti, molestie, ecc.)	7,1	7,1	<b>0,0</b>	<b>No</b>
Condotta di guida (frenate, scossoni, curve, ecc.)	6,6	6,9	<b>-0,3</b>	<b>Si</b>
Impegno e rispetto dell'ambiente	7,2	7,2	<b>0,1</b>	<b>No</b>
	N: 1100	N: 1100		

\* Per una completa comprensione dei risultati in una logica temporale (monitoraggio), è opportuno verificare se le dichiarazioni fornite degli intervistati nei due momenti analizzati, abbiano generato degli scostamenti, e in tal caso, se quest'ultimi possano essere considerati differenze di rilievo. Viene applicato pertanto un test statistico che permette di comprendere se i delta presi in esame siano significativi o se al contrario le differenze riscontrate si possano imputare alla casualità.

**NB: Nella tabella sono rappresentati solo gli aspetti monitorati sia nell'indagine 2015 che nell'indagine 2016**

\*\* Eventuali scostamenti dei risultati rispetto alla differenza tra i valori dell'anno 2016 con quelli del 2015 sono da imputarsi ai calcoli di arrotondamento dei decimali elaborati dai software di analisi.

## In generale quanto si ritiene soddisfatto del servizio fornito da ATB? (voto 1 -10)

20

-monitoraggio rilevazione novembre 2016/ novembre 2015-

	Rilevazione 2016	Rilevazione 2015	$\Delta$ (2016-2015)	Significativo* al 95%
Valutazione Overall	7,0	7,1	<b>-0,1</b>	Si
	N: 1100	N: 1100		

\* Per una completa comprensione dei risultati in una logica temporale (monitoraggio), è opportuno verificare se le dichiarazioni fornite degli intervistati nei due momenti analizzati, abbiano generato degli scostamenti, e in tal caso, se quest'ultimi possano essere considerati differenze di rilievo. Viene applicato pertanto un test statistico che permette di comprendere se i delta presi in esame siano significativi o se al contrario le differenze riscontrate si possano imputare alla casualità.

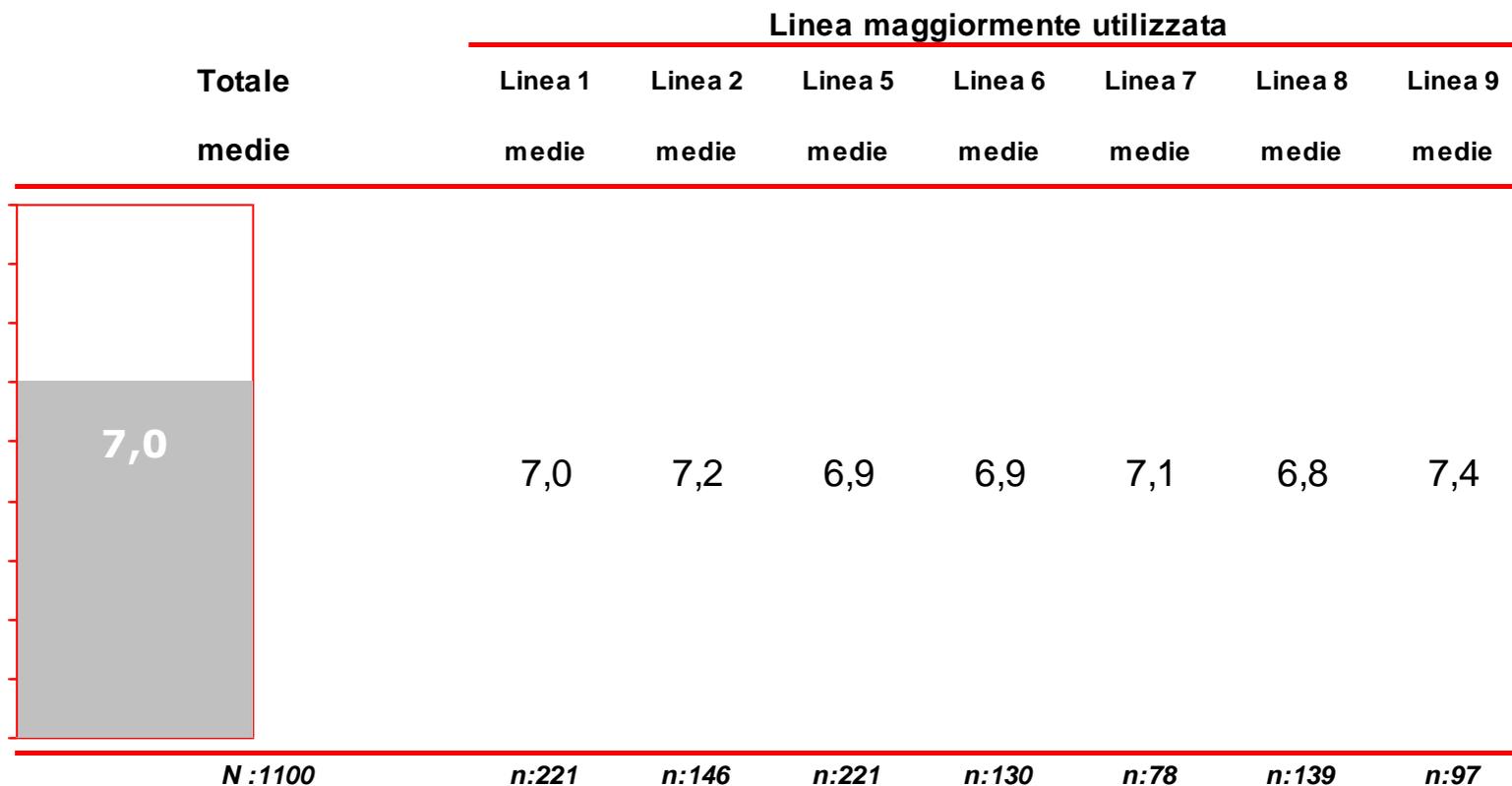
\*\* Eventuali scostamenti dei risultati rispetto alla differenza tra i valori dell'anno 2016 con quelli del 2015 sono da imputarsi ai calcoli di arrotondamento dei decimali elaborati dai software di analisi.

*In generale quanto si ritiene soddisfatto del servizio fornito da ATB? (voto 1 -10)*

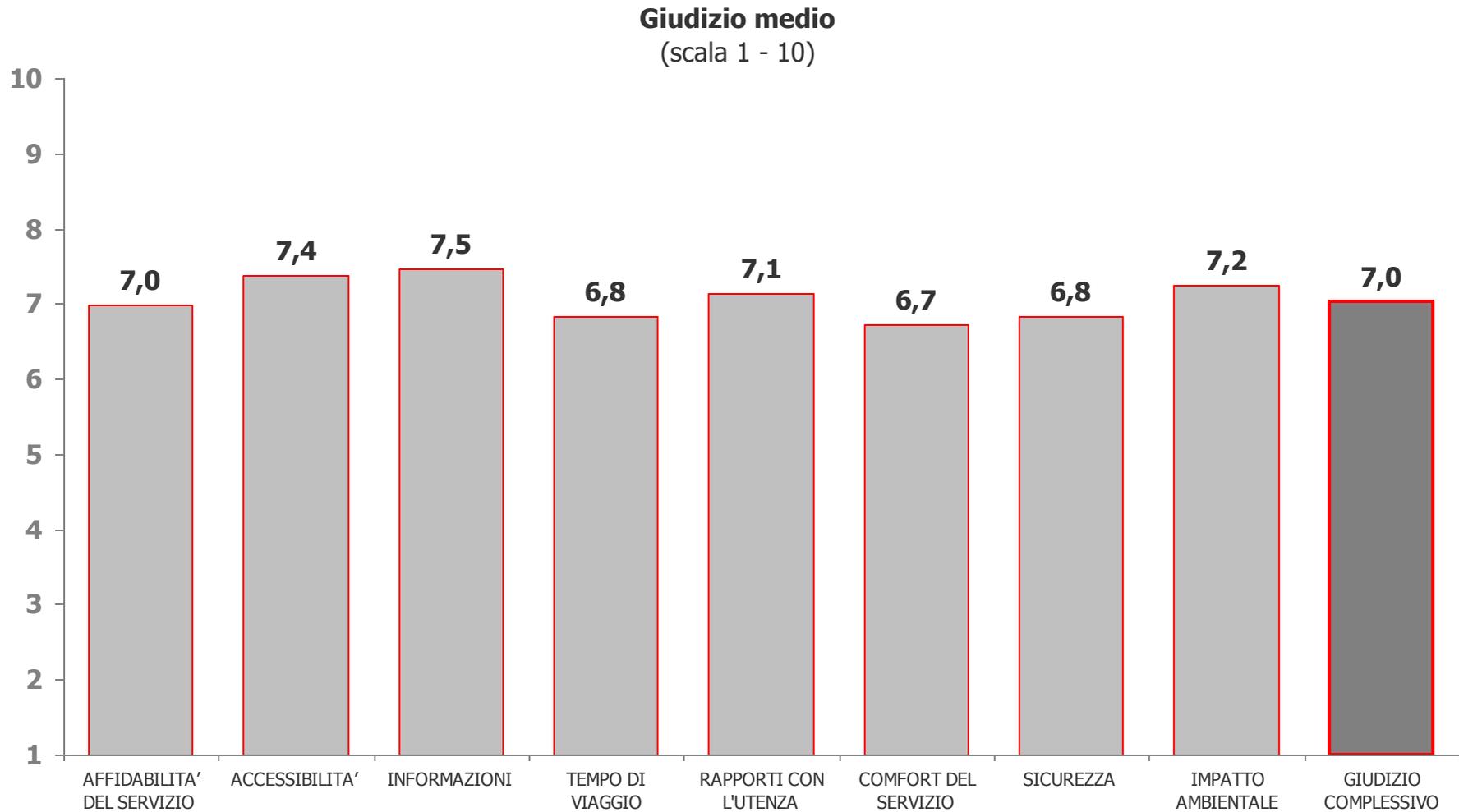
21

*- analisi per linea maggiormente utilizzata-*

**Giudizio medio**  
(scala 1 - 10)



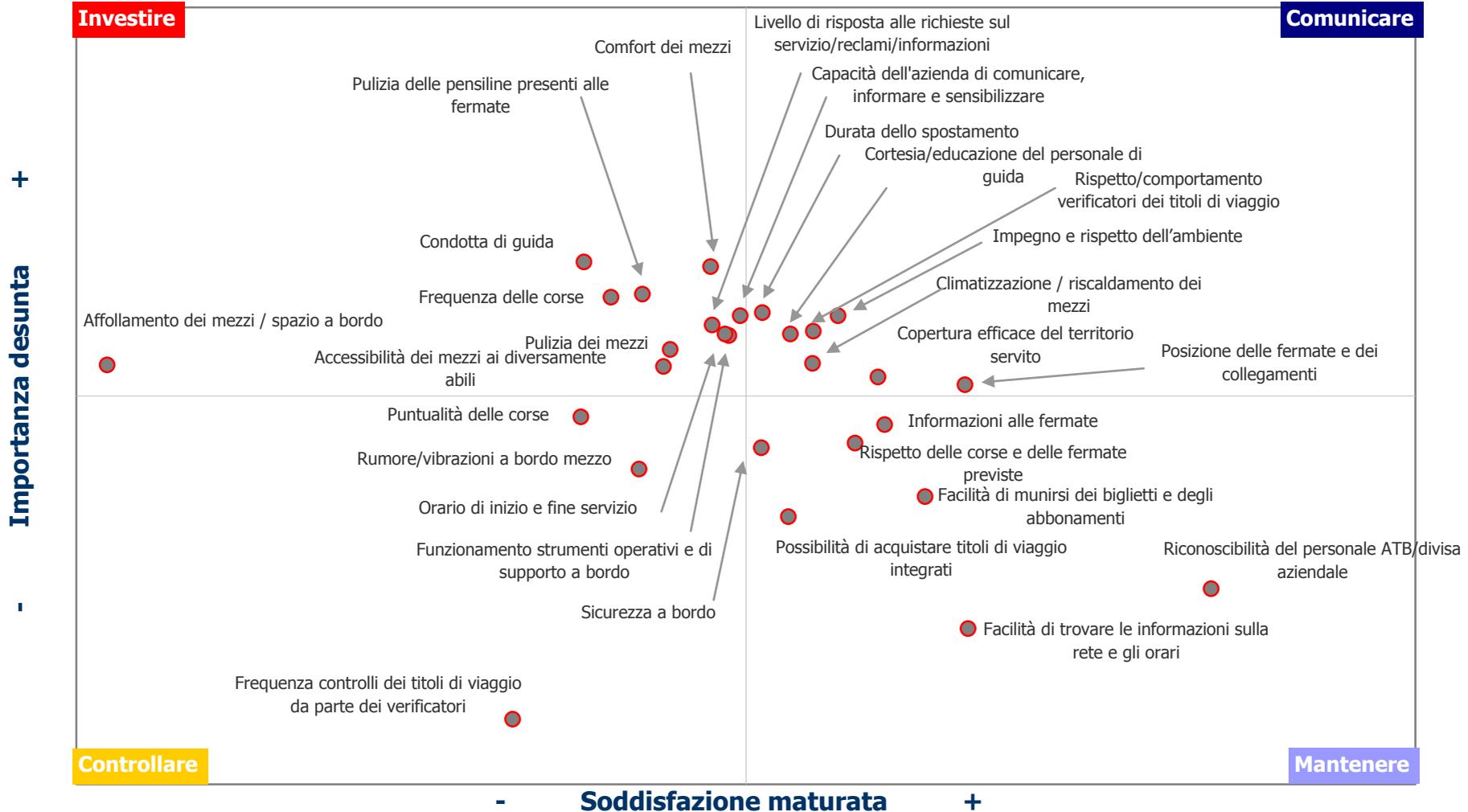
*NB: Sono escluse dalla rappresentazione grafica le linee meno utilizzate. Per maggiori dettagli consultare il volume analitico*



**Nota:** In questa chart viene rappresentato il giudizio medio di soddisfazione per ogni singolo macrofattore analizzato. Tale valore rappresenta la media dei giudizi medi dei singoli parametri.

# Le esperienze di fruizione del servizio di pubblico trasporto: analisi dei punti di forza/debolezza relativi al servizio trasporto pubblico

## Mappa strategica di posizionamento - quadrant analysis -



	Totale	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)			
		%	Abbonati	Occasionali	Lavoratori	Over 65	Studenti
		%	%	%	%	%	
Si e l'ho visitata	17,3	31,2	18,4	14,3	14,2	2,4	16,5
Si ma non l'ho visitata	13,9		14,4	12,7	14,2	3,6	16,5
No	68,8	67,3	73,0	71,6	94,1	66,9	
	N : 1100	n: 800	n: 300	n: 162	n: 84	n: 254	

- Consigli ed aspettative dei fruitori per un miglioramento prospettico del servizio -

*Per concludere ha qualche suggerimento da rivolgere ad ATB per il miglioramento dei suoi servizi?*

*- analisi per utenza e tipologia abbonamento (solo abbonati interviste CATI)-*

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Si	70,7	72,9	65,0	73,5	71,4	72,1
No	29,3	27,1	35,0	26,5	28,6	28,0
	N : 1100	n:800	n:300	n:162	n:84	n:254

*- analisi per residenza e fascia oraria (solo interviste face to face)-*

	Totale %	Residenza						Fascia oraria (FACE)	
		Bergamo %	Est %	Nord %	Ovest %	Sud %	Non indica %	Orario di Punta %	Orario di Morbida %
Si	70,7	69,4	73,2	67,2	81,4	67,4	60,0	69,7	68,6
No	29,3	30,6	26,8	32,8	18,6	32,6	40,0	30,4	31,4
	N : 1100	n:530	n:250	n:64	n:97	n:129	n:30	n:425	n:175

## Quali suggerimenti rivolgerebbe ad ATB?

- Risposte spontanee con possibilità di risposta multipla -

- **analisi per linea maggiormente utilizzata** -

### Linea maggiormente utilizzata

	Totale	Linea 1	Linea 2	Linea 5	Linea 6	Linea 7	Linea 8	Linea 9
	%	%	%	%	%	%	%	medie
Più corse nelle ore di punta	48,8	38,7	44,3	54,0	56,6	39,1	52,0	63,8
Più corse alla sera e nei festivi	23,8	31,8	28,9	18,4	28,9	26,1	15,0	14,5
Maggiore puntualità	19,8	16,2	32,0	20,3	15,7	17,4	22,0	20,3
Meno affollamento	19,7	11,0	23,7	28,8	13,3	23,9	20,0	24,6
Abbassare i prezzi	19,3	20,8	12,4	10,4	18,1	34,8	40,0	8,7
Maggiore controllo e sicurezza	16,3	24,3	6,2	17,8	15,7	13,0	13,0	11,6
Più copertura del territorio / più linee	12,1	10,4	17,5	12,9	12,1	4,4	15,0	7,3
Maggiore efficienza	11,4	8,1	17,5	9,8	6,0	8,7	16,0	18,8
Maggiore cortesia personale di guida / controllori	10,8	10,4	11,3	15,3	6,0	6,5	10,0	10,1
Stile di guida migliore	8,5	11,0	6,2	10,4	4,8	4,4	9,0	10,1
Più posti a sedere	8,5	6,9	8,3	8,6	6,0	6,5	12,0	10,1
Più comodità delle pensiline e dei mezzi	5,0	9,3	3,1	6,1	3,6		5,0	1,5
Orari più comodi	4,9	4,1	6,2	6,8	4,8	4,4	3,0	4,4
Mezzi più moderni / nuovi	4,6	1,2	6,2	8,6	3,6		3,0	7,3
Maggiore informazione e più chiara	4,2	4,1	1,0	4,9	3,6	6,5	2,0	5,8
Maggiore pulizia	3,7	2,9	3,1	5,5	7,2	2,2	1,0	2,9
Percorsi più brevi	2,8	3,5	8,3	4,3				1,5
Estensione del servizio/più corse in generale	2,8	1,7	1,0	1,8	3,6	2,2	3,0	8,7
Altro	14,7	9,2	21,6	17,2	12,0	19,6	11,0	17,4
	N : 778	n:173	n:97	n:163	n:83	n:46	n:100	n:69

NB: Sono escluse dalla rappresentazione grafica le linee meno utilizzate. Per maggiori dettagli consultare il volume analitico

## **Quali suggerimenti rivolgerebbe ad ATB?**

- Risposte spontanee con possibilità di risposta multipla -

- Tra i suggerimenti ricondotti in “**altro**” si segnalano ad esempio:
  - ✓ ottimizzazione delle pensiline: tettoie, sbarre per biciclette, informazioni su orari e percorsi, panchine...
  - ✓ maggiore attenzione alle coincidenze con treni, teb ecc...
  - ✓ corsie preferenziali
  - ✓ ottimizzazione dell'app
  - ✓ maggiore attenzione/selezione nel dare le multe
  - ✓ maggiore educazione, formazione e controllo del personale
  - ✓ maggiore efficienza delle macchinette (validatrici e vendita biglietti)
  - ✓ disciplinazione degli accessi sui mezzi da parte di persone, passeggeri, cani e organizzazione dei bagagli su appositi supporti
  - ✓ maggiori servizi sui mezzi wifi, portabiciclette, tornelli ...

- Sintesi dei principali risultati -

# datacontact

contact center - ricerche di mercato  
comunicazione multimediale

misurare  
conoscere  
comunicare



**MATERA - MILANO – ROMA – BARI - POTENZA**

Sede legale, amministrativa e operativa  
via Lazazzera, 1 - 75100 MATERA  
tel. 0835.700000 - Fax 0835.700001

[www.datacontact.it](http://www.datacontact.it) - [info@datacontact.it](mailto:info@datacontact.it)  
numero verde 800.066.366