



## INDAGINI DI CUSTOMER SATISFACTION RIVOLTE ALL'ATTUALE CLIENTELA DEL SERVIZIO TRAMVIARIO DELLA CITTA' DI FIRENZE -Anno 2022 -

**REVISIONI**

Questo rapporto è stato trasmesso e rivisto come segue:

<b>Rev.</b>	<b>Descrizione</b>	<b>Data</b>	<b>Redatto</b>	<b>Approvato</b>	<b>Firma</b>
0	Emissione	21/10/2022	AC	GO	

**2**  
**linee**  
**tramviarie**

GEST S.p.A., del Gruppo RATP, ha affidato alla Società IRTECO sas di Torino il servizio relativo all'esecuzione di una campagna di **indagine sulla soddisfazione dell'attuale clientela** del servizio di tramviario della Città di Firenze, dalla stessa esercito

Il servizio ha previsto la realizzazione di una **campagna di indagine** realizzata nel mese di **Settembre 2022** su entrambe le linee tramviarie: **Linea T1 e Linea T2**

Il presente rapporto riporta i **risultati di sintesi della campagna annuale del mese di Settembre 2022**, relativamente al servizio tramviario analizzato sia nel suo complesso sia a livello di singola linea tramviaria

Il presente rapporto è articolato nelle seguenti **6 parti**:

1. **Note metodologiche** generali
2. analisi del **profilo del campione**
3. analisi delle **caratteristiche degli spostamenti**
4. risultati della **Customer Satisfaction** sia in termini di **voto medio** sia in termini di **percentuali di soddisfatti** (voto  $\geq 6$ ), di **ipercritici** (voto  $\leq 3$ ) e di **entusiasti** (voto  $\geq 9$ ) per ciascun fattore di qualità,
5. analisi dell'importanza dei macro-fattori di qualità e risultati della **Quadrant Analysis** operata sui macro-fattori di qualità
6. percezione della **gestione dell'emergenza sanitaria** nazionale COVID-19 da parte dei clienti



# PARTE 1 NOTE METODOLOGICHE GENERALI

**Livello  
soddisfazione**

**Importanza  
fattori qualità**

**Caratteristiche  
campione**

L'obiettivo delle indagini di Customer Satisfaction è stato quello di conoscere il **livello di soddisfazione** degli attuali clienti rispetto al servizio tramviario utilizzato, i principali **aspetti relativi all'utilizzo** del servizio stesso e le **caratteristiche del campione**, mediante la somministrazione di **interviste frontali face-to-face** rivolte agli attuali clienti del servizio tramviario della Città di Firenze esercito da GEST S.p.A.

Si è applicata una **metodologia di indagine** studiata **ad hoc** per rispettare le esigenze dell'Azienda di mantenere una coerenza di informazioni rispetto alla base dati storica precedentemente acquisita

**Indagini frontali face-to-face**

Le **interviste** campionarie **face-to-face** sono state rivolte ai soli passeggeri di età **superiore ai 13 anni**, senza distinzione di sesso, età, estrazione sociale, religione, credo politico, etc.

I clienti sono stati intervistati prevalentemente a bordo mezzo durante l'atto dello spostamento con una delle 2 linee tramviarie

**Periodo lavorativo-scolastico**

Le indagini sono state realizzate in periodo lavorativo-scolastico **da sabato 17/09/2022 a mercoledì 28/09/2022**, nella fascia oraria compresa **tra le ore 7.00 e le ore 20.00** dei giorni **dal Lunedì al Giovedì e la Domenica** e **tra le ore 7.00 e le ore 22.00** nella giornate del **Venerdì** e del **Sabato**

Le interviste sono state svolte, come detto, prevalentemente **a bordo mezzo**, di entrambe le linee tramviarie, mediante un **team di rilevatori** opportunamente formato che operava a bordo mezzo a spola da capolinea a capolinea

**Condivisione  
questionari****Formazione  
Field**

L'avvio dell'indagine è stato preceduto dalla **condivisione dei questionari** di indagine con l'Azienda e dalla **formazione operativa del team di intervistatori** avvenuta a Firenze in data 16/09/2022 prima dell'avvio delle indagini su campo

**Supervisor****Numero verde  
gratuito,  
anche da  
cellulare,  
dedicato alla  
rete di field**

L'attività dei rilevatori operanti sul campo è stata coordinata e supportata da **supervisor** designati con pluriennale e specifica esperienza nel campo degli studi e ricerche sui sistemi di trasporto

Al termine del periodo di field work, tutto il materiale rientrato è stato sottoposto alle successive fasi di editing, codifica, data entry e cleaning dei dati secondo le **procedure ed istruzioni operative previste** dal Sistema di Gestione per la Qualità di IRTECO

## **PARTICOLARITA' DELLA CAMPAGNA: L'EMERGENZA SANITARIA NAZIONALE COVID-19 1/2**

L'attuale campagna di settembre 2022 è stata condotta in un **particolare periodo storico** che interessa il nostro Paese ed il mondo intero ormai dal febbraio 2020: da prima lo stato di emergenza sanitaria nazionale connessa con la diffusione epidemiologica del Corona Virus COVID-19 e, successivamente, le misure atte al contenimento della sua diffusione.

Come noto, l'utilizzo dei mezzi di TPL prevedeva alla data di svolgimento delle indagini, a livello governativo e locale, l'adozione di opportune **misure volte alla tutela e salvaguardia della salute pubblica**, tra le quali in via non limitativa: distanziamento sociale e l'utilizzo di mascherine FFP2 a bordo mezzo.

Questo ha, chiaramente, portato ad una significativa riduzione del carico passeggeri sui vari servizi oggetto di indagine se rapportato al carico passeggeri riferito al periodo ante COVID-19. Questa particolare circostanza ha avuto, come diretta conseguenza, una maggior difficoltà e complessità nella possibilità di entrare in contatto con la clientela unita al comprensibile timore dell'utenza di interloquire ed essere intervistata da un soggetto "estraneo".

La particolare circostanza ha richiesto l'adozione da parte di IRTECO di opportuni protocolli di sicurezza volti a cercare di garantire, nei limiti delle proprie facoltà, le idonee ed adeguate condizioni di sicurezza per i propri rilevatori nonché contribuire fattivamente ad evitare la diffusione del virus. I protocolli di sicurezza COVID-19 di IRTECO sono stati dettagliatamente illustrati al team di rilevatori in occasione del richiamato briefing formativo.

**PARTICOLARITA' DELLA CAMPAGNA:  
L'EMERGENZA SANITARIA NAZIONALE COVID-19 2/2**

Un'ampia sezione del briefing formativo, come detto, è stata dedicata alle procedure di sicurezza COVID-19 ed alle **procedure comportamentali che i rilevatori erano tenuti ad osservare tassativamente sul campo:**

- Obbligo di indossare la mascherina FFP2 a bordo mezzo ed in fermata/stazione;
- Obbligo di igienizzare le mani, con il gel idroalcolico prima di salire a bordo di ciascun mezzo ed immediatamente dopo la discesa dallo stesso;
- Obbligo di sanificare il proprio tablet e smartphone almeno una volta al giorno con la soluzione idroalcolica fornita;
- Obbligo di non salire sul mezzo in programma in caso di eventuale eccessivo affollamento ed in ogni caso in tutte le circostanze in cui si fosse avvertito forte "senso di disagio" per eventuale sovraffollamento. Analogamente, se già a bordo, obbligo di scendere alla prima fermata utile nelle circostanze appena descritte;
- Effettuare le interviste ai passeggeri se e solo se si era grado di garantire la distanza di sicurezza interpersonale di almeno un metro con il soggetto da intervistare e con altri soggetti vis-a-vis e obbligo di non abbassare mai la mascherina per porre le domande;
- Divieto di far toccare il tablet/smartphone ai soggetti intervistati.

## IL DISEGNO CAMPIONARIO

Il **campione teorico complessivo** (1.500 interviste) è stato **stratificato sulle due linee tramviarie** in funzione del carico medio giornaliero su base settimanale per tipologia di giorno: lunedì-venerdì, sabato e domenica

Questa operazione è stata operata **stratificando il campione** sulla base del **carico passeggeri di ciascuna linea nei diversi giorni della settimana del mese tipo di riferimento**

Ai fini della successiva ponderazione, la Committenza ha reso disponibile il dato medio giornaliero di carico per tipo giorno e linea, con riferimento al mese di settembre 2022. Il dato di carico medio giornaliero per tipo giorno e linea è stato, quindi, **riportato su base settimanale al fine di ponderare adeguatamente il peso di ciascuna singola giornata**, stimando conseguentemente il **carico di una settimana tipo** per linea del mese di riferimento

## IL DISEGNO CAMPIONARIO

Questo ha consentito, pertanto, di calcolare i **coefficienti di ponderazione per linea e tipo giorno**, al fine di supportare il successivo processo inferenziale di **espansione all'universo**, consentendo di poter analizzare il servizio tramviario nel suo complesso in funzione del relativo peso

PAX/GIORNO MEDIA SETTEMBRE 2022				
LINEA	01 LUN- VEN	02 SAB	03 DOM	TOTALE
<b>T1</b>	65.486	46.576	44.483	<b>156.545</b>
<b>T2</b>	28.034	24.779	20.255	<b>73.068</b>
<b>TOTALE</b>	<b>93.520</b>	<b>71.355</b>	<b>64.738</b>	<b>229.613</b>

PAX/WEEK TIPO SETTEMBRE 2022				
LINEA	01 LUN- VEN	02 SAB	03 DOM	TOTALE
<b>T1</b>	327.430	46.576	44.483	<b>418.489</b>
<b>T2</b>	140.170	24.779	20.255	<b>185.204</b>
<b>TOTALE</b>	<b>467.600</b>	<b>71.355</b>	<b>64.738</b>	<b>603.693</b>

Si evidenzia che, stante il particolare periodo storico connesso con le misure di contenimento della diffusione del COVID-19, il dato di carico medio giornaliero, su base settimanale, del mese di settembre 2022 risulta inferiore del **-23%** circa rispetto a quello di novembre 2019 (pre-pandemico)

**1.512**  
 interviste  
 complessive

In definitiva, su entrambe le linee, sono stati realizzati **3.279 contatti** che hanno portato ad ottenere **1.512 interviste** rivolte agli attuali clienti del servizio, di cui **1.007 sulla Linea T1** e **505 sulla Linea T2**

**3.279**  
 contatti

Nei contatti complessivi rientrano i rifiuti, i soggetti già intervistati, le interviste interrotte/incomplete/parziali oltre che le interviste complete utili

**+/- 2.4%**  
 errore statistico

La numerosità complessiva di **interviste utili raccolte (1.512)**, consente di garantire, per tutti gli indicatori di primo livello analizzati, un **errore statistico** inferiore al **+/- 2.4%** circa, con un livello di confidenza del 95% per tutti gli indicatori di primo livello analizzati

ID	LINEA	01 LUN- VEN	02 SAB	03 DOM	TOTALE	Errore
<b>1</b>	01 T1	679	154	174	<b>1.007</b>	+/-2,93%
<b>2</b>	02 T2	363	88	54	<b>505</b>	+/-4,25%
<b>TOTALE</b>		<b>1.042</b>	<b>242</b>	<b>228</b>	<b>1.512</b>	<b>+/-2,32%</b>



Tutte le indagini sul campo sono state realizzate interamente su supporto informatico, Tablet/Smartphone con sistema operativo Android®, grazie all'app **binarioventi®** **appositamente sviluppata** da IRTECO, che è stata tra le prima realtà in campo nazionale (nel 2002) ad utilizzare l'ICT per la conduzione sul campo delle indagine sui sistemi di trasporto

L'impiego di tale tecnologia, "sposa" la filosofia della **tutela ambientale** di IRTECO che prevede un **consumo razionale della carta** mediante il ricorso a tecnologie innovative:

**ogni anno "salviamo" oltre 2 alberi risparmiando 150/200 mila pagine**

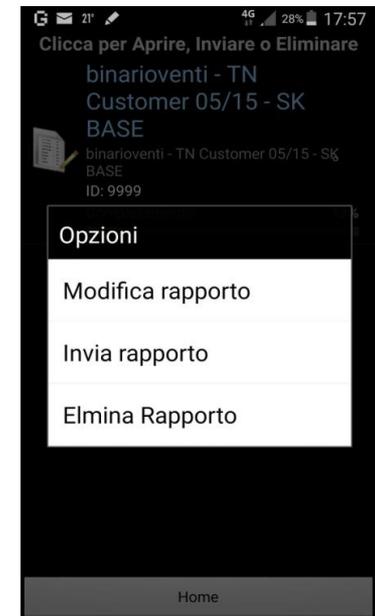
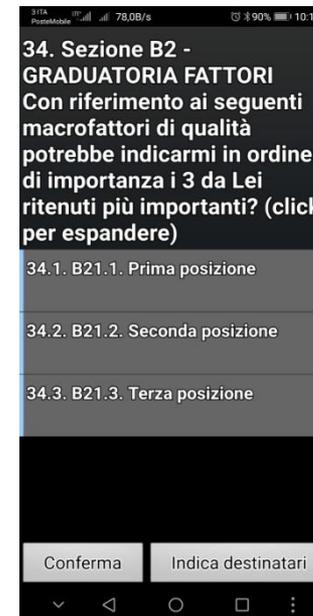
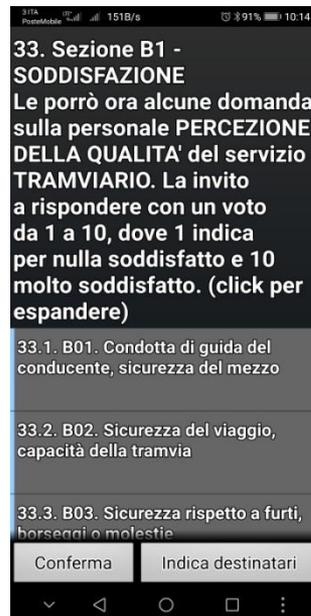
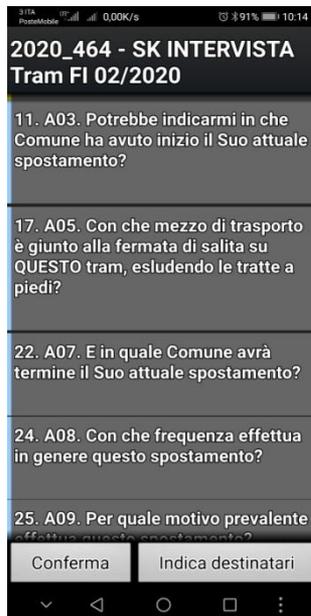
L'APP riproduce fedelmente, in formato CAPI/CAMI, la scheda cartacea di indagine, supportando e guidando il rilevatore in tutte le fasi di survey, applicando i filtri logici necessari in funzione delle risposte fornite

L'impiego di tali apparecchiature consente ad IRTECO di poter garantire un **dato qualitativamente superiore ed affetto da meno errori**, sia connessi con la fase di acquisizione dati sul campo sia connessi con la fase di data entry (non più necessaria)



Inoltre, l'impiego di questa tecnologia consente ai supervisori, coordinatori ed al responsabile di progetto di poter **monitorare l'andamento della ricerca in tempo reale**, verificando prontamente, già al termine di ogni singola giornata, l'operato di ogni singolo rilevatore. Evitando, in tal modo, che errori metodologici e/o interpretativi del singolo possano essere ripetuti per l'intera durata della ricerca

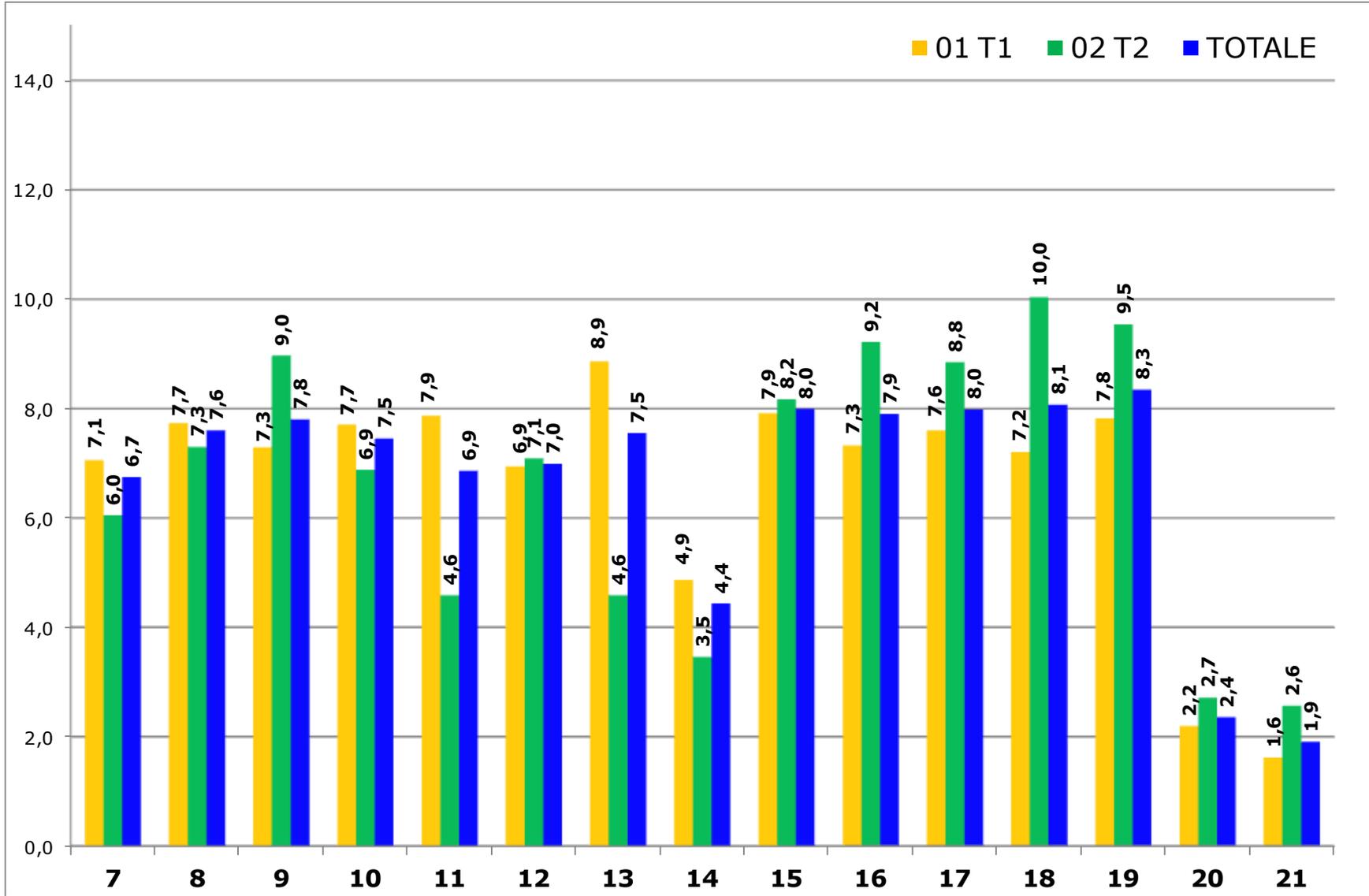
Infine, non essendo necessaria la conseguente fase di data entry, l'impiego dell'app consente di **poter garantire** alla Committenza **tempi di restituzione certi e inferiori** rispetto all'utilizzo del classico supporto cartaceo





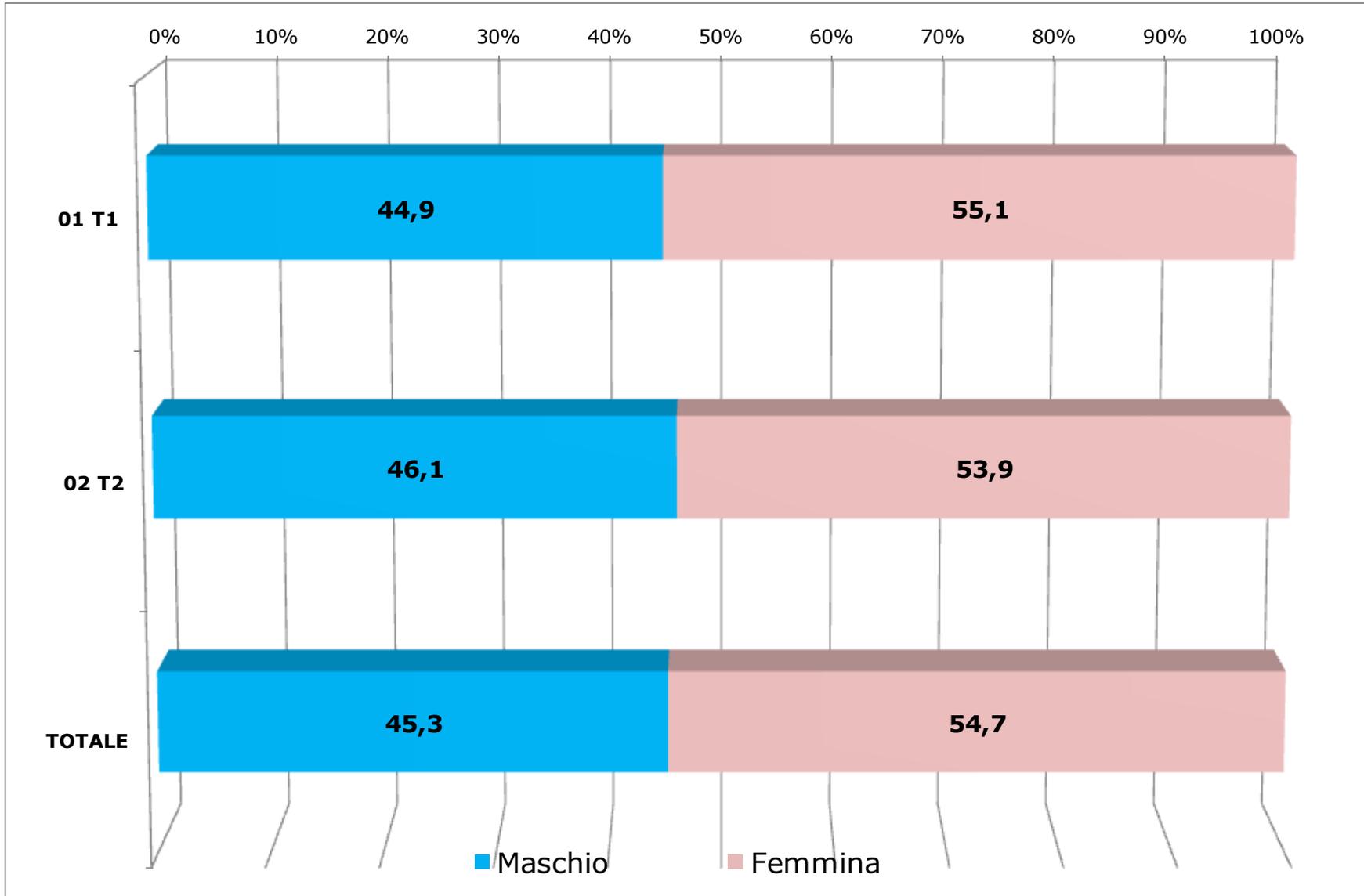
## **PARTE 2 IL PROFILO DEL CAMPIONE**

**Orario intervista (%)**



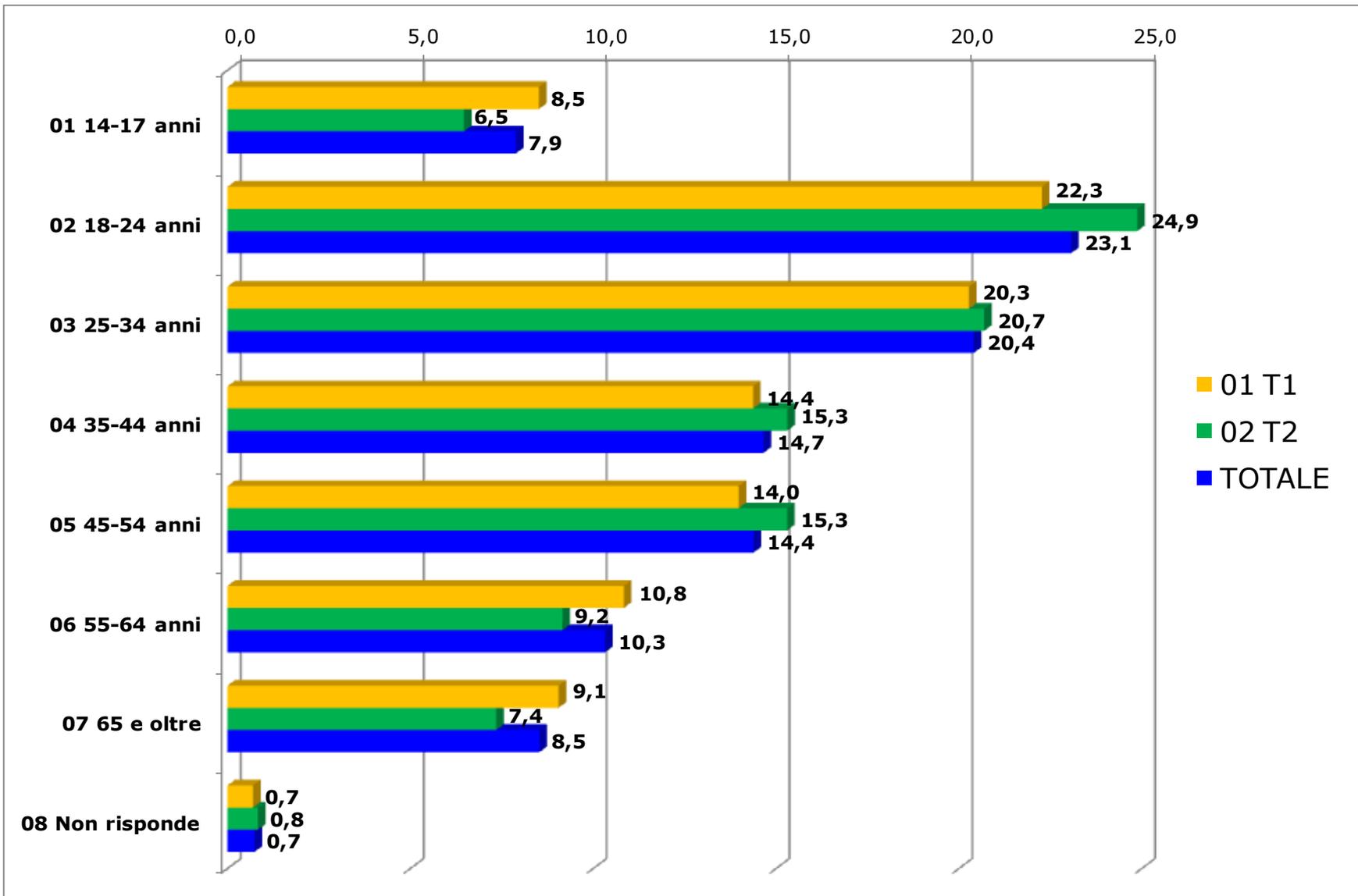
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Genere (%)



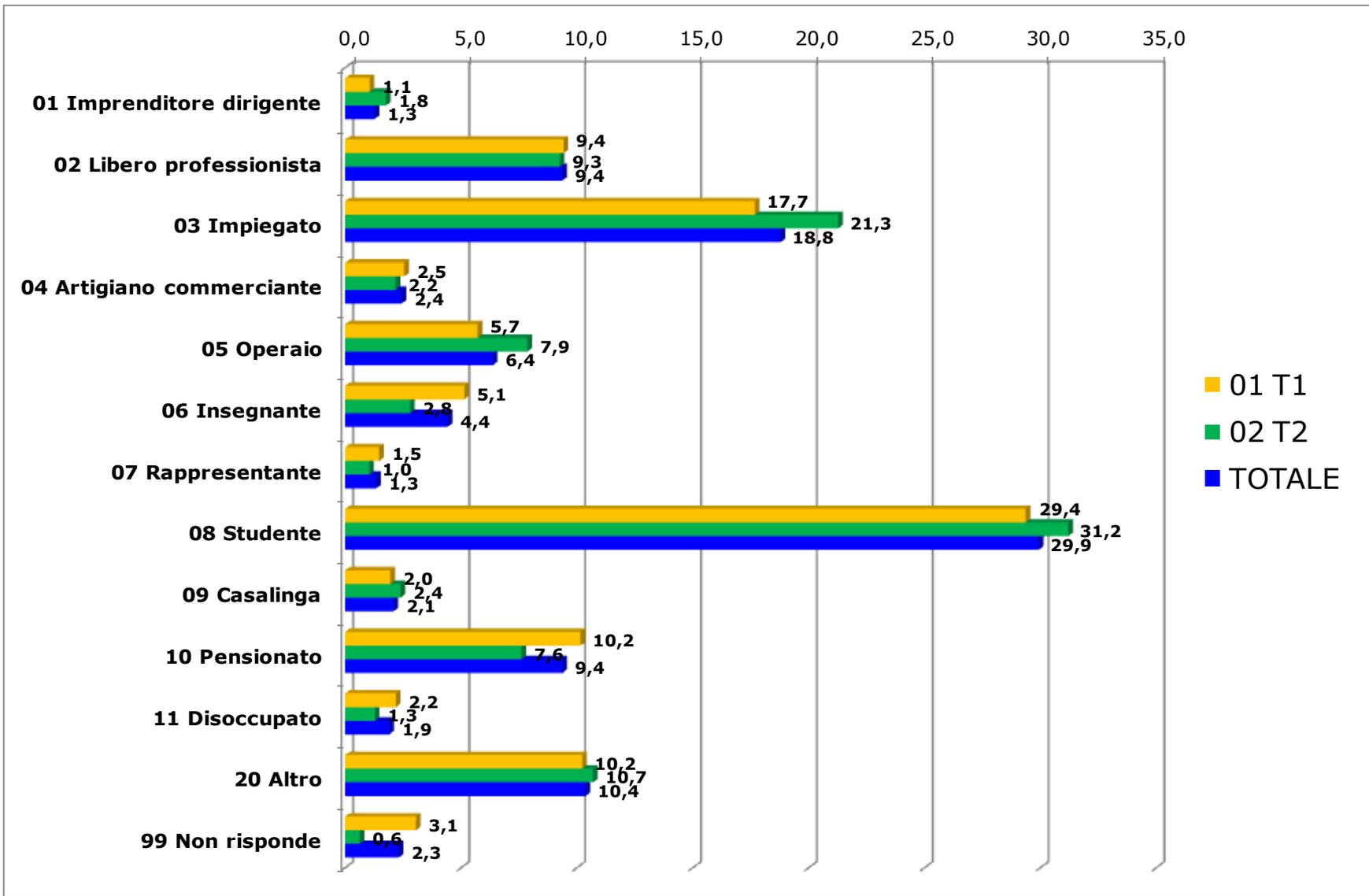
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Età (%)**



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Professione (%)

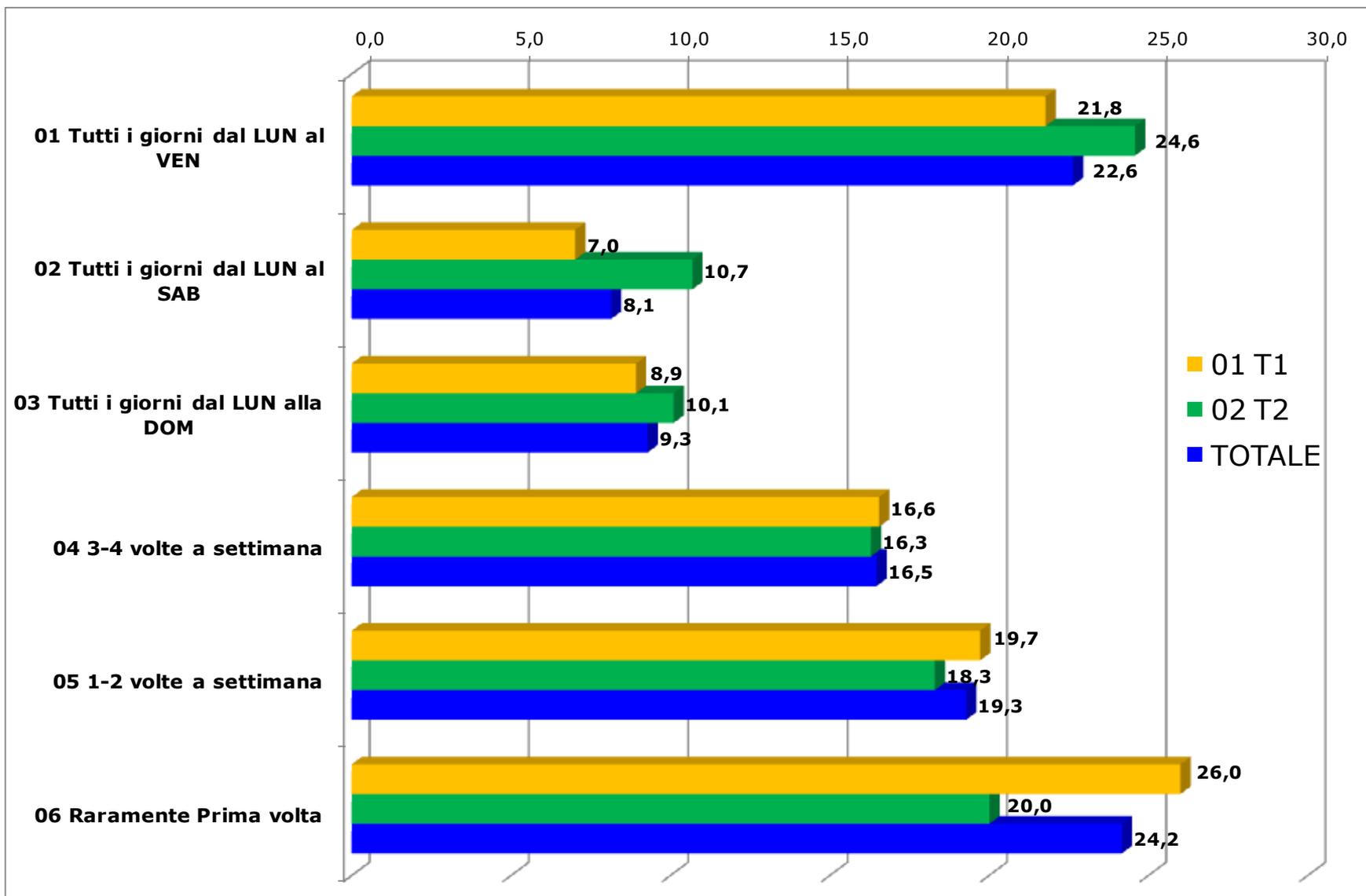


Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo



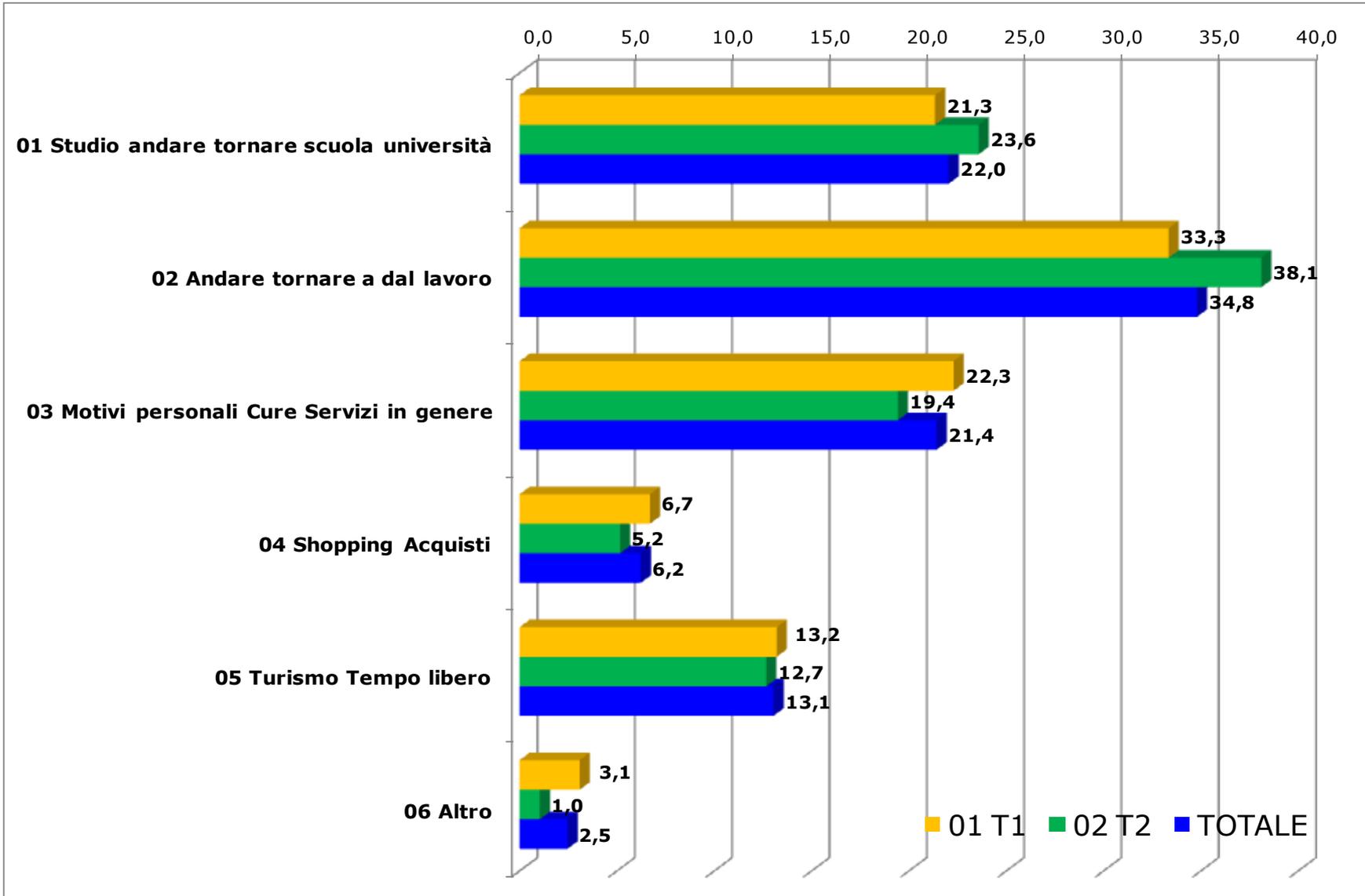
## **PARTE 3 CARATTERISTICHE DEGLI SPOSTAMENTI**

**Frequenza spostamento (%)**



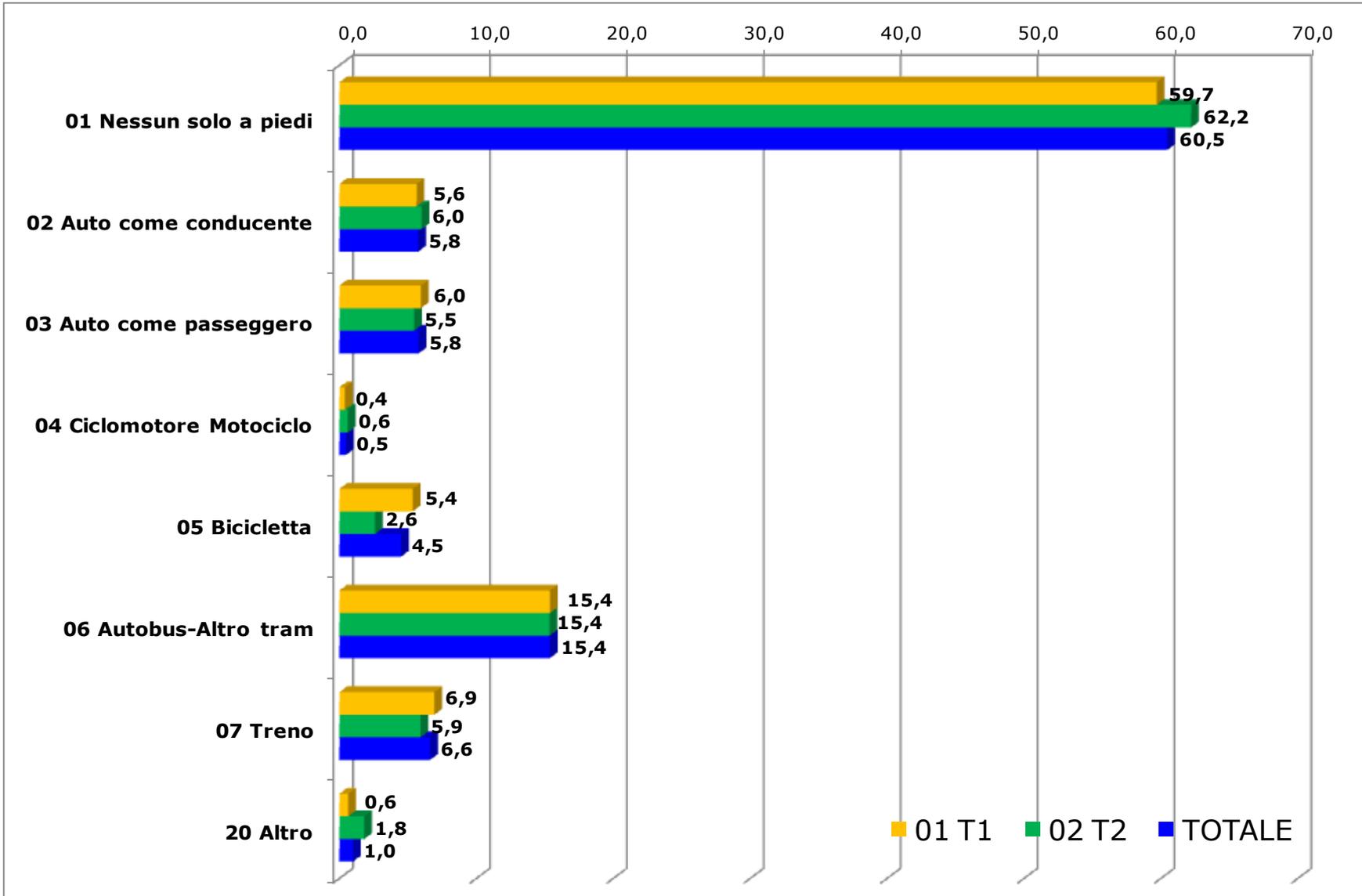
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Motivo spostamento (%)



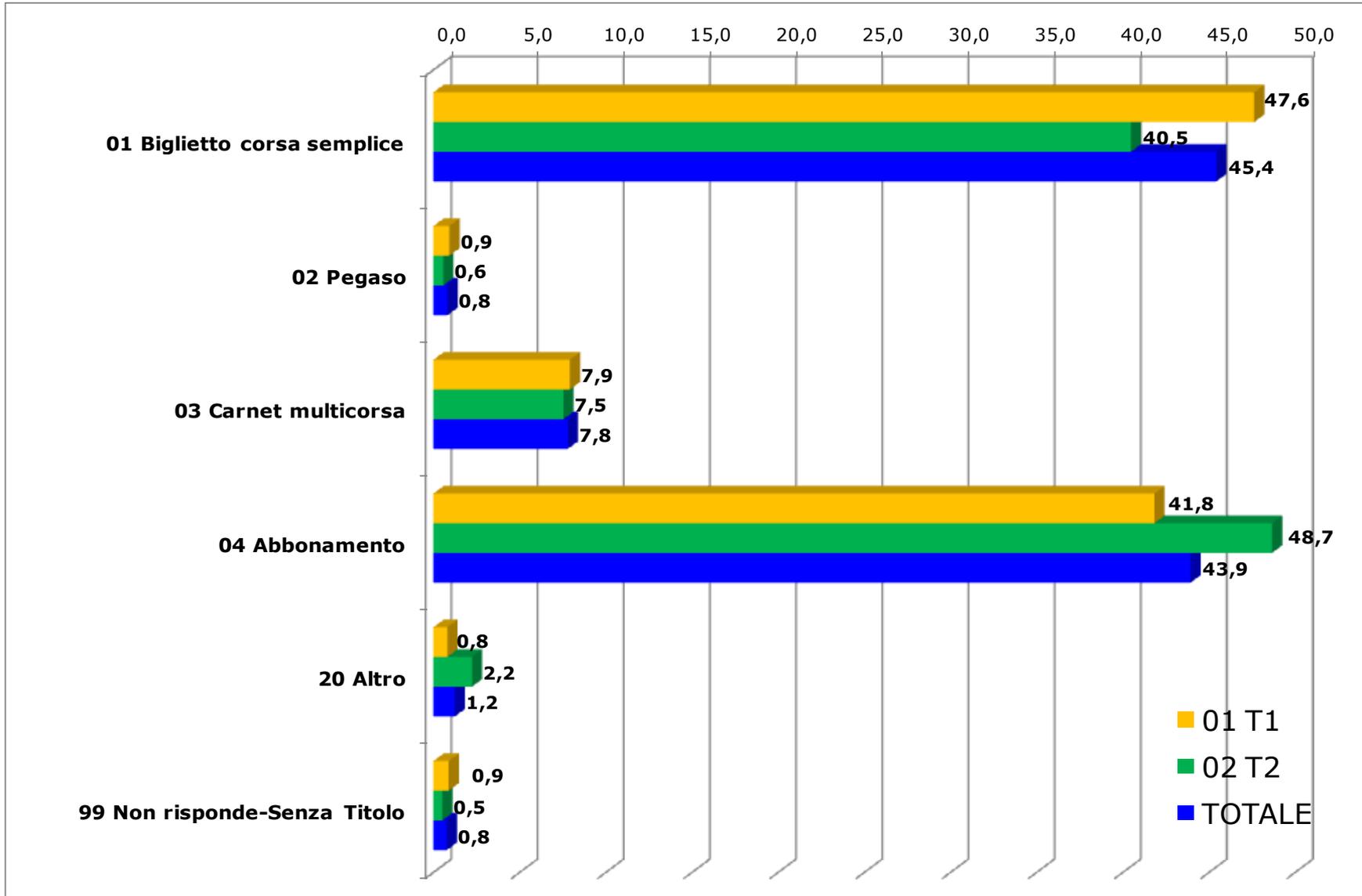
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Mezzo utilizzato per raggiungere la fermata di salita sul tram (%)**



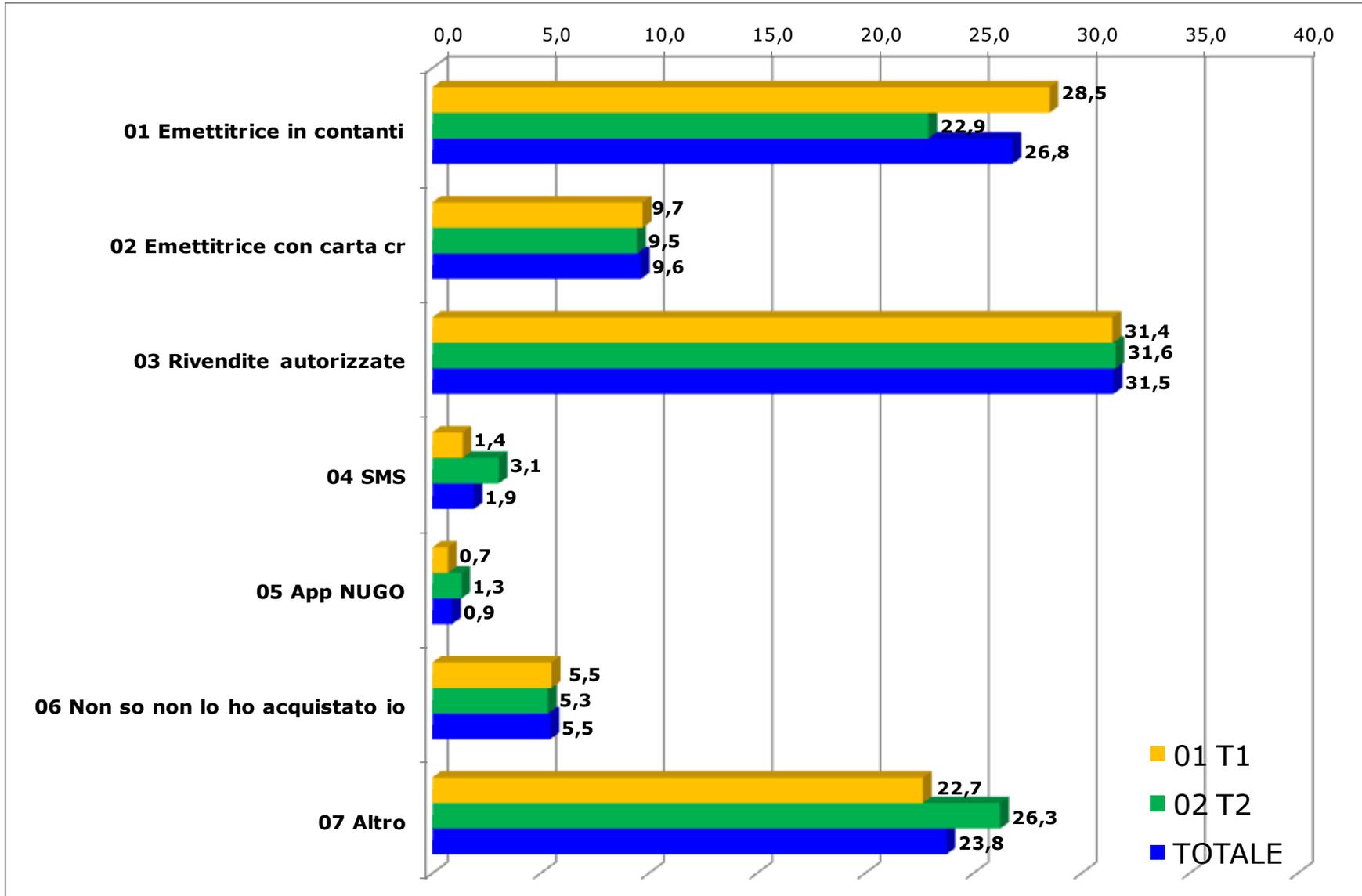
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Titolo di viaggio utilizzato (%)**



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Luogo acquisto del titolo di viaggio utilizzato (%)



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**LINEA T1**
**Top 10 Comuni di inizio dello spostamento (%)**

COMUNE INIZIO SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	325.069	77,7
Scandicci	FI	41.982	10,0
Sesto Fiorentino	FI	6.327	1,5
Pontassieve	FI	3.631	0,9
Napoli	NA	2.893	0,7
Roma	RM	2.743	0,7
Bologna	BO	2.307	0,6
Siena	SI	2.052	0,5
Pisa	PI	1.958	0,5
Torino	TO	1.731	0,4
<i>ALTRI COMUNI</i>		27.796	6,6
<b>TOTALE</b>		<b>418.489</b>	<b>100,0</b>

**Top 10 Comuni di fine dello spostamento (%)**

COMUNE FINE SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	359.376	85,9
Scandicci	FI	36.756	8,8
Roma	RM	2.893	0,7
Sesto Fiorentino	FI	2.214	0,5
Calabria generico	MR	1.447	0,3
Napoli	NA	1.220	0,3
Siena	SI	964	0,2
Venezia	VE	964	0,2
Prato	PO	964	0,2
Milano	MI	964	0,2
<i>ALTRI COMUNI</i>		10.725	2,6
<b>TOTALE</b>		<b>418.489</b>	<b>100,0</b>

Base: 1.007 interviste ponderate universo

**LINEA T2**
**Top 10 Comuni di inizio dello spostamento (%)**

COMUNE INIZIO SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	161.382	87,1
Campi Bisenzio	FI	3.850	2,1
Prato	PO	1.826	1,0
Milano	MI	1.722	0,9
Sesto Fiorentino	FI	1.617	0,9
Scandicci	FI	1.158	0,6
Roma	RM	1.158	0,6
Vicchio	FI	1.158	0,6
Lucca	LU	1.054	0,6
Napoli	NA	772	0,4
<i>ALTRI COMUNI</i>		9.506	5,1
<b>TOTALE</b>		<b>185.204</b>	<b>100,0</b>

**Top 10 Comuni di fine dello spostamento (%)**

COMUNE FINE SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	171.952	92,8
Prato	PO	1.534	0,8
Estero generico	EE	1.158	0,6
Roma	RM	1.158	0,6
Figline e Incisa Valdarno	FI	1.158	0,6
Scandicci	FI	1.054	0,6
Catania	CT	772	0,4
Spagna	EE	772	0,4
Calenzano	FI	563	0,3
Milano	MI	386	0,2
<i>ALTRI COMUNI</i>		4.695	2,5
<b>TOTALE</b>		<b>185.204</b>	<b>100,0</b>

Base: 505 interviste ponderate universo

**MATRICE OD INTERFERMATA, PAX/WEEK  
 LINEA T1 DIREZIONE VILLA COSTANZA**

		FERMATA DISCESA																				TOTALE				
OD FERMATA SALITA/ FERMATA DISCESA		02 MORGAGNI	03 DALMAZIA	04 PISACANE	05 LEOPOLDO	06 MURATORI	07 STATUTO	08 STROZZI	09 FORTEZZA	10 VALFONDA	11 ALAMANNI	12 LEOPOLDA	13 CASCINE	14 PAOLO UCCELLO	15 SANSOVINO	16 BATONI	17 TALENTI	18 FEDERIGA	19 ARCIPRESSI	20 NENNI TORREGALLI	21 ALDO MORO		22 RESISTENZA	23 DE ANDRE	24 VILLA COSTANZA	
01 CAREGGI		964	1.447	1.702	1.702	302	1.929	2.667	2.469	11.377	11.272	2.487		1.523	1.447	964		482	1.447	1.749		2.005	964	1.929	<b>50.829</b>	
02 MORGAGNI					964	785		256	1.749	5.154	2.743	482	738		482			1.447		482					<b>15.281</b>	
03 DALMAZIA					964	482		482	2.231	6.241	3.887	1.702	482	1.220			482	1.447	482		1.929	738	1.249		<b>24.020</b>	
04 PISACANE							482	482	1.447	1.447	482	482	482					738		256				256	<b>6.071</b>	
05 LEOPOLDO									482	2.696	785	964		482		482	861	1.447	964	1.447	482	964		1.447	<b>13.503</b>	
06 MURATORI									482	256	482	738	964	482				302	482	302			482		<b>4.974</b>	
07 STATUTO									482		1.447	964		482	256	256	482	482		964			482	482	<b>6.780</b>	
08 STROZZI										1.220	964		964	482	964		738	482	482	1.220	738	964			482	<b>9.703</b>
09 FORTEZZA											738	482		482	964	482		785		1.749	1.929				738	<b>8.350</b>
10 VALFONDA											302	964	482	738			785	302	964		994	1.267	2.819	1.069	1.569	<b>12.256</b>
11 ALAMANNI												256		1.929	964	3.830	1.901	3.783	3.196	4.860	3.376	8.292	1.702	6.591		<b>40.679</b>
12 LEOPOLDA																738	785	785	964	785	964	738		1.220	<b>6.979</b>	
13 CASCINE																	482			302		482		964	<b>2.231</b>	
14 PAOLO UCCELLO																482		256		482		482			<b>1.702</b>	
15 SANSOVINO																						964			<b>964</b>	
16 BATONI																					558	1.220	1.040	605	<b>3.423</b>	
17 TALENTI																						482	482	511	<b>1.476</b>	
18 FEDERIGA																						964	1.267		<b>2.231</b>	
19 ARCIPRESSI																						785	558	482	<b>1.825</b>	
20 NENNI TORREGALLI																							482	482	<b>964</b>	
21 ALDO MORO																									<b>0</b>	
22 RESISTENZA																									<b>0</b>	
23 DE ANDRE																									<b>0</b>	
<b>TOTALE</b>		<b>964</b>	<b>1.447</b>	<b>1.702</b>	<b>3.631</b>	<b>1.569</b>	<b>1.929</b>	<b>3.887</b>	<b>7.896</b>	<b>28.616</b>	<b>23.840</b>	<b>9.267</b>	<b>3.887</b>	<b>8.303</b>	<b>5.560</b>	<b>8.019</b>	<b>6.033</b>	<b>13.399</b>	<b>8.018</b>	<b>16.150</b>	<b>8.756</b>	<b>23.092</b>	<b>9.268</b>	<b>19.008</b>	<b>214.243</b>	

Base: 515 interviste ponderate universo

**MATRICE OD INTERFERMATA, PAX/WEEK  
 LINEA T1 DIREZIONE CAREGGI**

		FERMATA DISCESA																						TOTALE	
OD FERMATA SALITA/ FERMATA DISCESA	02 DE ANDRE'	03 RESISTENZA	04 ALDO MORO	05 NENNI TORREGALLI	06 ARCIPRESSI	07 FEDERIGA	08 TALENTI	09 BATONI	10 SANSOVINO	11 PAOLO UCCELLO	12 CASCINE	13 LEOPOLDA	14 ALAMANNI	15 VALFONDA	16 FORTEZZA	17 STROZZI	18 STATUTO	19 MURATORI	20 LEOPOLDO	21 POGGETTO	22 VITTORIO EMANUELE	23 MORGAGNI	24 CAREGGI		
01 VILLA COSTANZA		2.005				1.040		302	605	1.523		1.958	14.942	2.714	964			482	482	482	482	1.087	964	2.005	<b>32.038</b>
02 DE ANDRE		482			482					482		1.447	2.819	1.220	785								482	482	<b>8.681</b>
03 RESISTENZA				482		482	482	302	302		256	1.087	8.548	994	2.411	302	964	964				482	1.220	2.411	<b>21.692</b>
04 ALDO MORO							482						302		1.447						482		605		<b>3.318</b>
05 NENNI TORREGALLI							302			1.267	482		3.707	1.702		482	482	482			302	482	738	1.447	<b>11.877</b>
06 ARCIPRESSI						302		482				482	4.236	482	738						482		964	2.714	<b>10.883</b>
07 FEDERIGA									482	482			5.759	1.872	482		302	482	1.220	256	738	1.476	1.929		<b>15.480</b>
08 TALENTI													2.743		1.447			482	482	785	482	2.185	2.231		<b>10.837</b>
09 BATONI													1.343	482	1.702		482		482	482	1.447	482	1.825		<b>8.728</b>
10 SANSOVINO													482						964				964	738	<b>3.149</b>
11 PAOLO UCCELLO												482	482		964	482	482	482				964	482	482	<b>5.304</b>
12 CASCINE													964	482									738		<b>2.667</b>
13 LEOPOLDA															1.220		302	482					1.447	482	<b>3.934</b>
14 ALAMANNI														482	482	1.220	482	785	1.523	2.922	1.267	5.107	5.863		<b>20.133</b>
15 VALFONDA																964	964	2.516	2.894	3.736	5.003	6.042	6.014		<b>28.135</b>
16 FORTEZZA																			2.411	482	482		2.185		<b>5.560</b>
17 STROZZI																						785	482	1.447	<b>2.714</b>
18 STATUTO																						482	482		<b>964</b>
19 MURATORI																						256			<b>256</b>
20 LEOPOLDO																				482	2.307	2.667	964		<b>6.421</b>
21 POGGETTO																						482			<b>482</b>
22 VITTORIO EMANUELE II																						738	256		<b>994</b>
23 MORGAGNI																									<b>0</b>
<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>2.487</b>	<b>0</b>	<b>482</b>	<b>482</b>	<b>1.825</b>	<b>1.267</b>	<b>1.087</b>	<b>1.390</b>	<b>3.754</b>	<b>738</b>	<b>5.456</b>	<b>46.327</b>	<b>10.430</b>	<b>12.643</b>	<b>3.451</b>	<b>4.945</b>	<b>7.159</b>	<b>10.459</b>	<b>11.377</b>	<b>16.265</b>	<b>28.748</b>	<b>33.474</b>	<b>204.246</b>	

Base: 492 interviste ponderate universo

**MATRICE OD INTERFERMATA, PAX/WEEK  
 LINEA T2 DIREZIONE UNITA'**

		FERMATA DISCESA											TOTALE	
OD FERMATA SALITA/ FERMATA DISCESA		02 GUIDONI	03 PALAZZI ROSSI	04 TORRE DEGLI AGLI	05 REGIONE TOSCANA	06 SAN DONATO	07 BUONSIGNORI	08 PONTE ALLASSE	09 REDI	10 BELFIORE	11 ROSSELLI	12 ALAMANNI		13 UNITA
FERMATA SALITA	01 AEROPORTO				282	1.158			386	1.826		7.878	2.212	13.742
	02 GUIDONI			772	668	1.931	1.931		282		668	7.878	8.210	22.338
	03 PALAZZI ROSSI				375	772	772	386		282	772	4.414	3.652	11.426
	04 TORRE DEGLI AGLI									386	668	3.526	4.038	8.618
	05 REGIONE TOSCANA							668	386	282	375	3.255	2.598	7.564
	06 SAN DONATO						386	375		668		8.523	4.977	14.929
	07 BUONSIGNORI											1.815	1.804	3.619
	08 PONTE ALLASSE									386		657	1.158	2.201
	09 REDI												386	386
	10 BELFIORE													0
	11 ROSSELLI													0
	12 ALAMANNI													0
	<b>TOTALE</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>772</b>	<b>1.324</b>	<b>3.861</b>	<b>3.089</b>	<b>1.429</b>	<b>1.054</b>	<b>3.829</b>	<b>2.483</b>	<b>37.945</b>	<b>29.037</b>

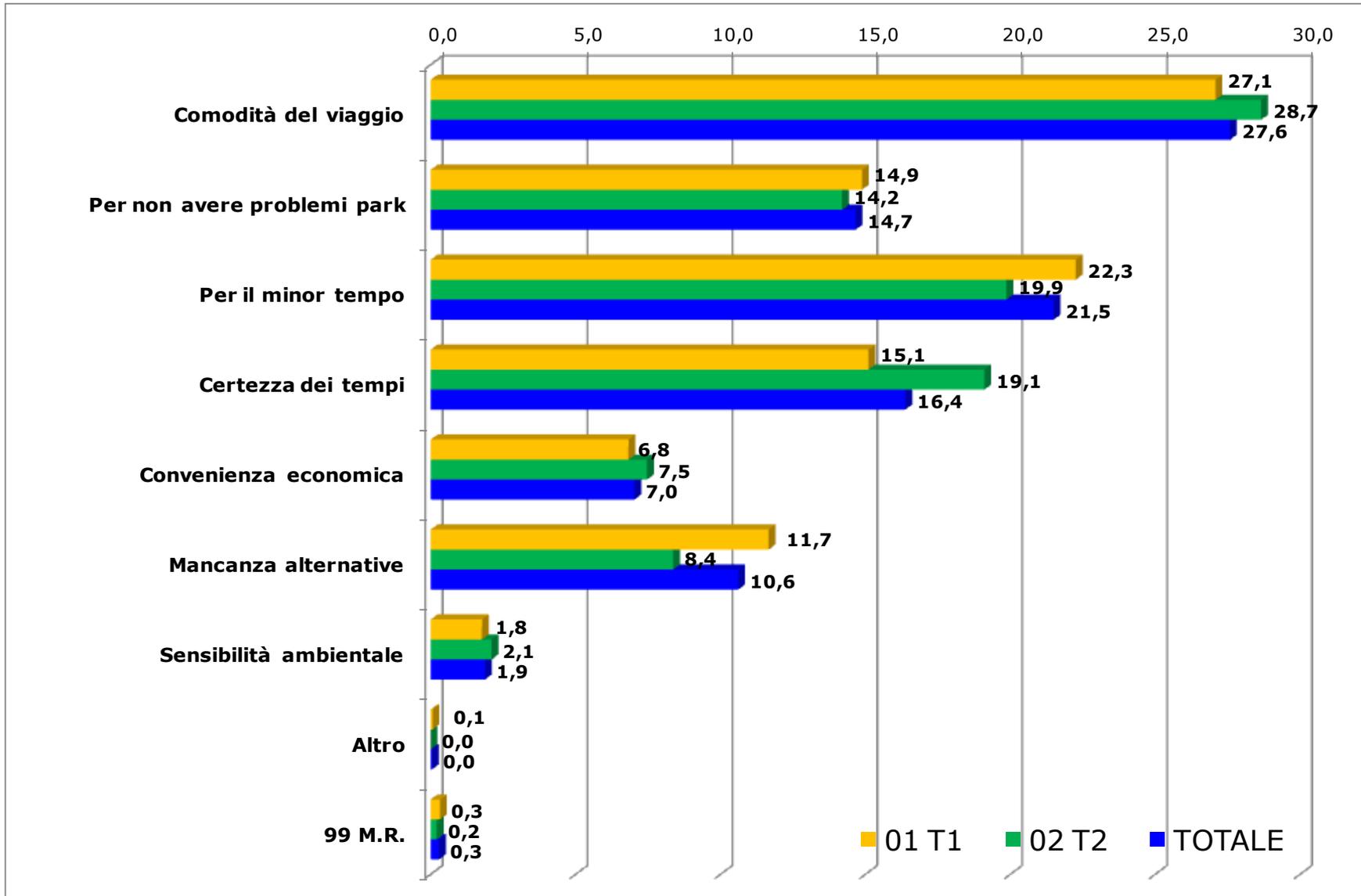
Base: 232 interviste ponderate universo

**MATRICE OD INTERFERMATA, PAX/WEEK  
 LINEA T2 DIREZIONE AEROPORTO**

OD FERMATA SALITA/ FERMATA DISCESA		FERMATA DISCESA											TOTALE	
		02 ALAMANNI	03 ROSSELLI	04 BELFIORE	05 REDI	06 PONTE ALLASSE	07 BUONSIGNORI	08 SAN DONATO	09 REGIONE TOSCANA	10 TORRE DEGLI AGLI	11 PALAZZI ROSSI	12 GUIDONI		13 AEROPORTO
FERMATA SALITA	01 UNITA		772	668	375	2.869	2.483	14.762	4.811	4.110	3.829	4.651	3.339	<b>42.668</b>
	02 ALAMANNI				772	1.931	1.440	7.012	3.934	4.861	3.548	3.244	4.225	<b>30.967</b>
	03 ROSSELLI						386	2.317	772			1.158	386	<b>5.020</b>
	04 BELFIORE							1.545	386	386		1.545		<b>3.861</b>
	05 REDI							761			386		386	<b>1.534</b>
	06 PONTE ALLASSE							386	386		1.440	1.147	772	<b>4.132</b>
	07 BUONSIGNORI							1.158	386	1.147	386	1.545	386	<b>5.009</b>
	08 SAN DONATO									761	668	2.598	1.335	<b>5.363</b>
	09 REGIONE TOSCANA										282		1.158	<b>1.440</b>
	10 TORRE DEGLI AGLI												386	<b>386</b>
	11 PALAZZI ROSSI													<b>0</b>
	12 GUIDONI													<b>0</b>
	<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>772</b>	<b>668</b>	<b>1.147</b>	<b>4.800</b>	<b>4.309</b>	<b>27.941</b>	<b>10.675</b>	<b>11.266</b>	<b>10.539</b>	<b>15.888</b>	<b>12.375</b>	<b>100.380</b>

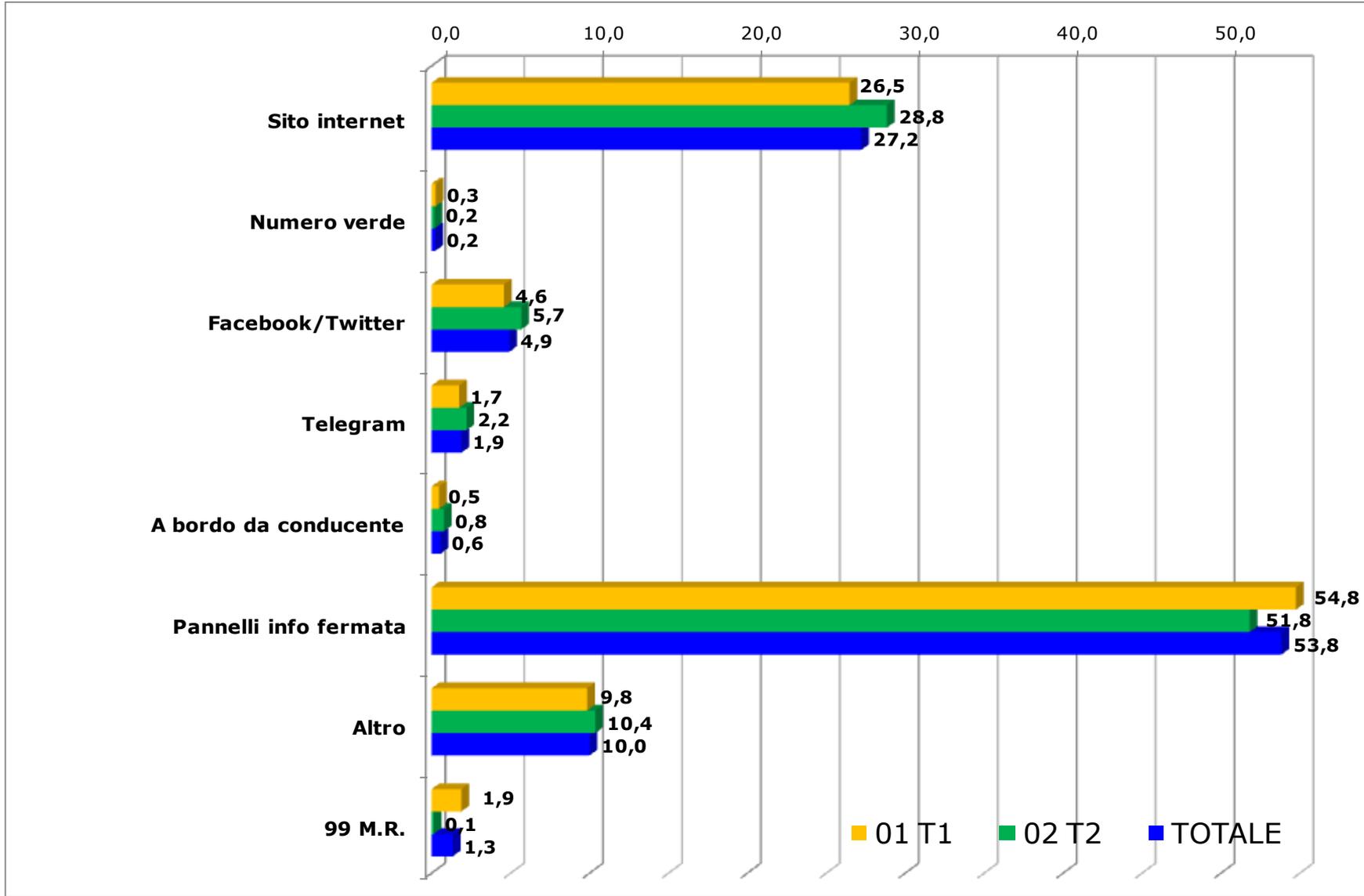
Base: 273 interviste ponderate universo

Per quale motivo ha scelto di utilizzare il tram? (%)



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

In genere, dove reperisce le info sul servizio? (%)



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo



## **PARTE 4 CUSTOMER SATISFACTION**

**19**  
fattori di qualità  
analizzati

L'indagine, volta a verificare la **qualità percepita dall'attuale clientela**, ha analizzato il servizio tramviario utilizzando una **batteria di fattori**, afferenti a differenti aspetti del servizio, rispetto ai quali l'intervistato ha espresso un **voto** in una scala di giudizio **da 1 a 10**, dove 1 rappresentava la minima soddisfazione e 10 la massima soddisfazione

**voto medio**

Per ogni fattore considerato è stato calcolato il **voto medio** e la percentuale di utenti **soddisfatti** ovvero la percentuale di quanti hanno espresso un voto  $\geq 6$ , al netto di coloro i quali hanno affermato di non voler o non saper rispondere in merito ad un dato item

**soddisfatti**

**ipercritici**

Inoltre, per ciascun fattore è stata calcolata la percentuale di clienti **ipercritici**, quanti hanno espresso un **voto**  $\leq 3$ , e di clienti **entusiasti**, quanti hanno espresso un **voto**  $\geq 9$

**entusiasti**

Le successive tavole riportano i risultati della CS per ognuno dei **19 fattori di qualità** analizzati

**qual / metRO (C)**

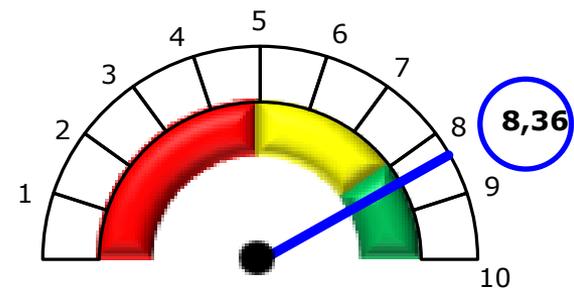
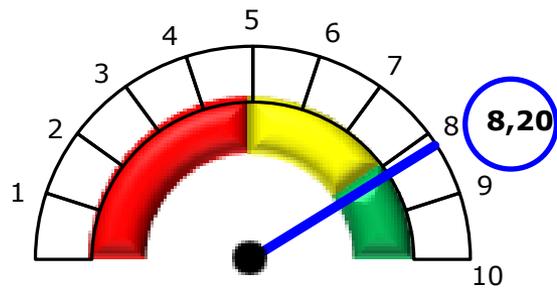
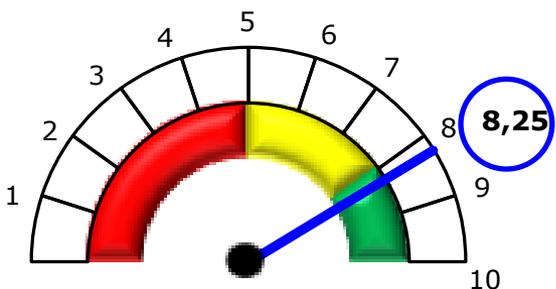
qualità percepita in sintesi

**Totale**

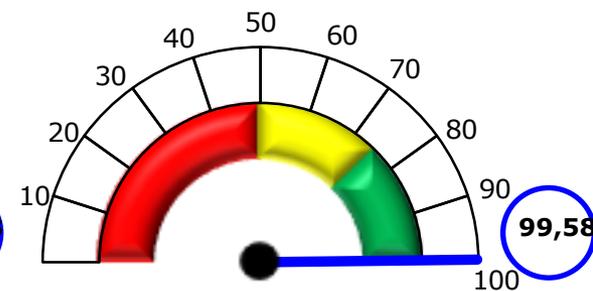
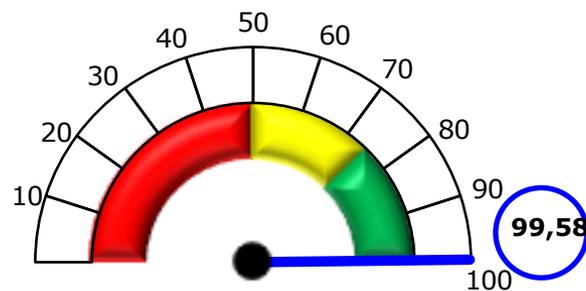
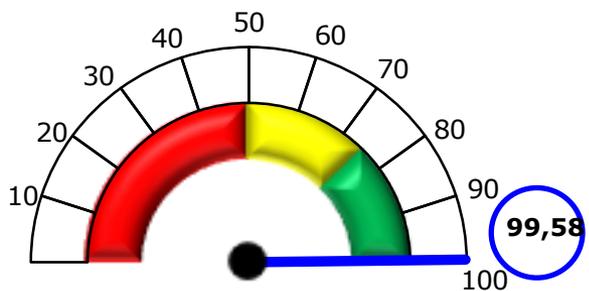
**Linea T1**

**Linea T2**

**Voto medio**

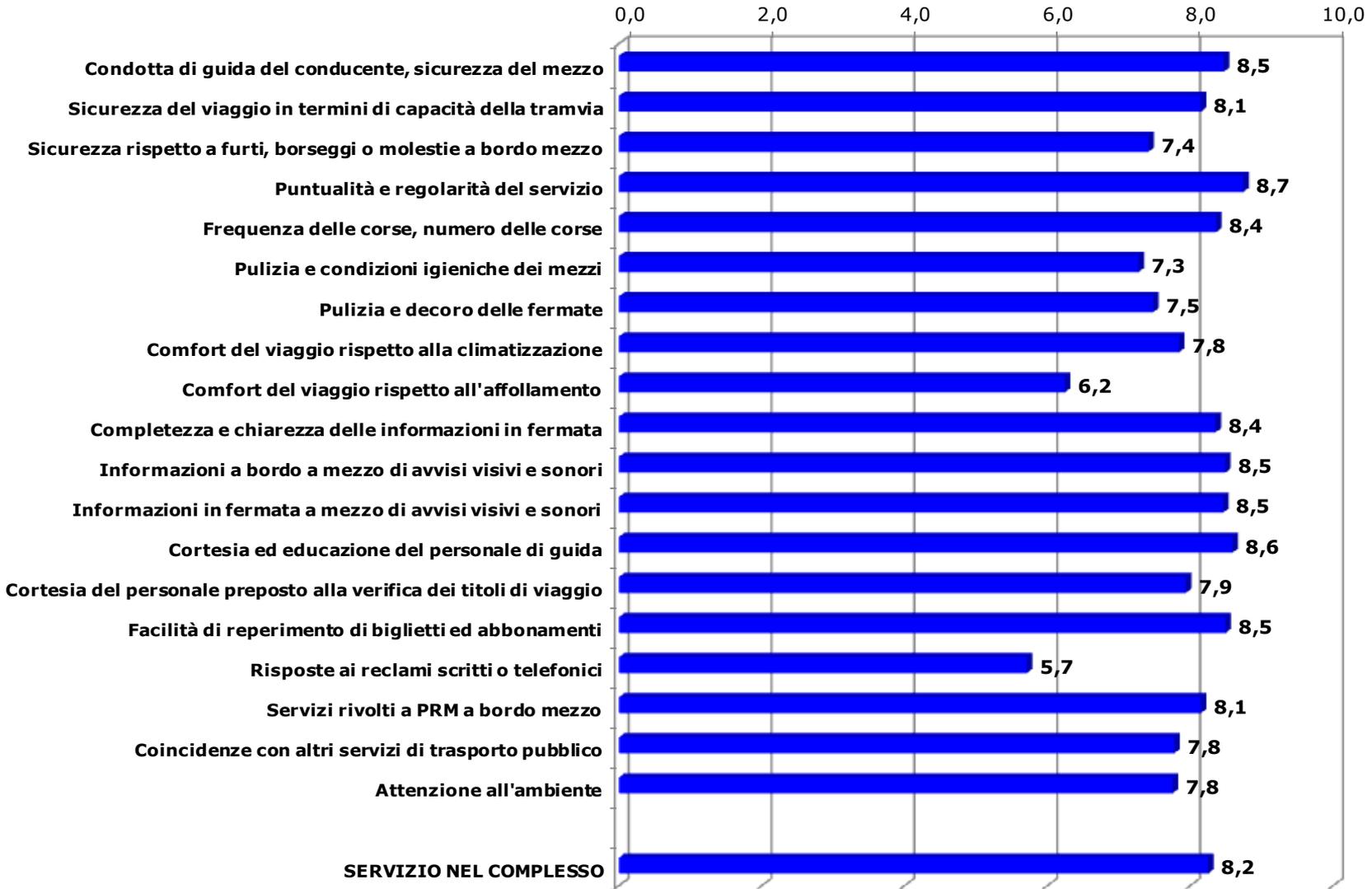


**% soddisfatti**



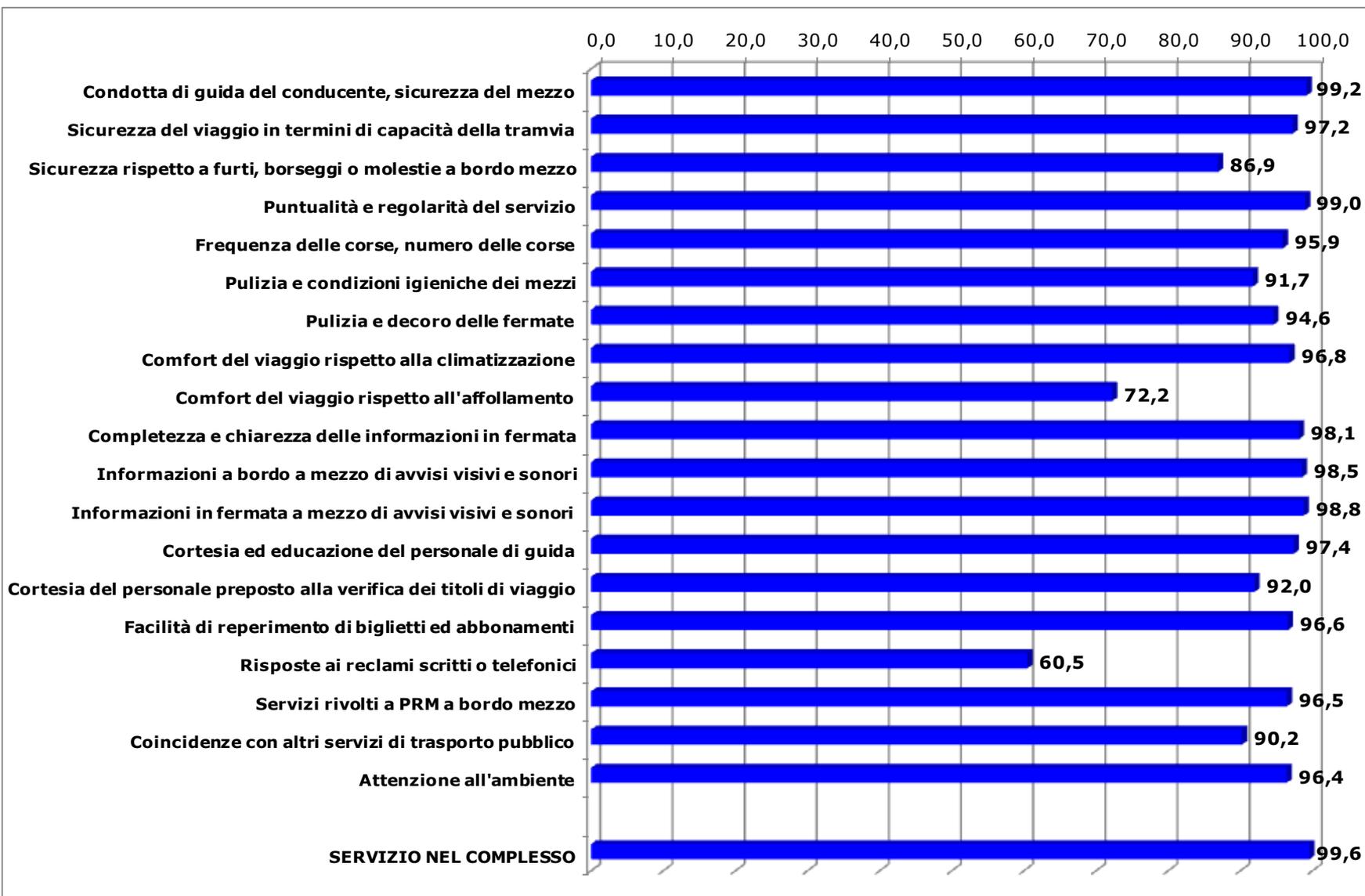
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**I fattori di qualità, voto medio v.m.  
Servizio tramviario nel complesso**



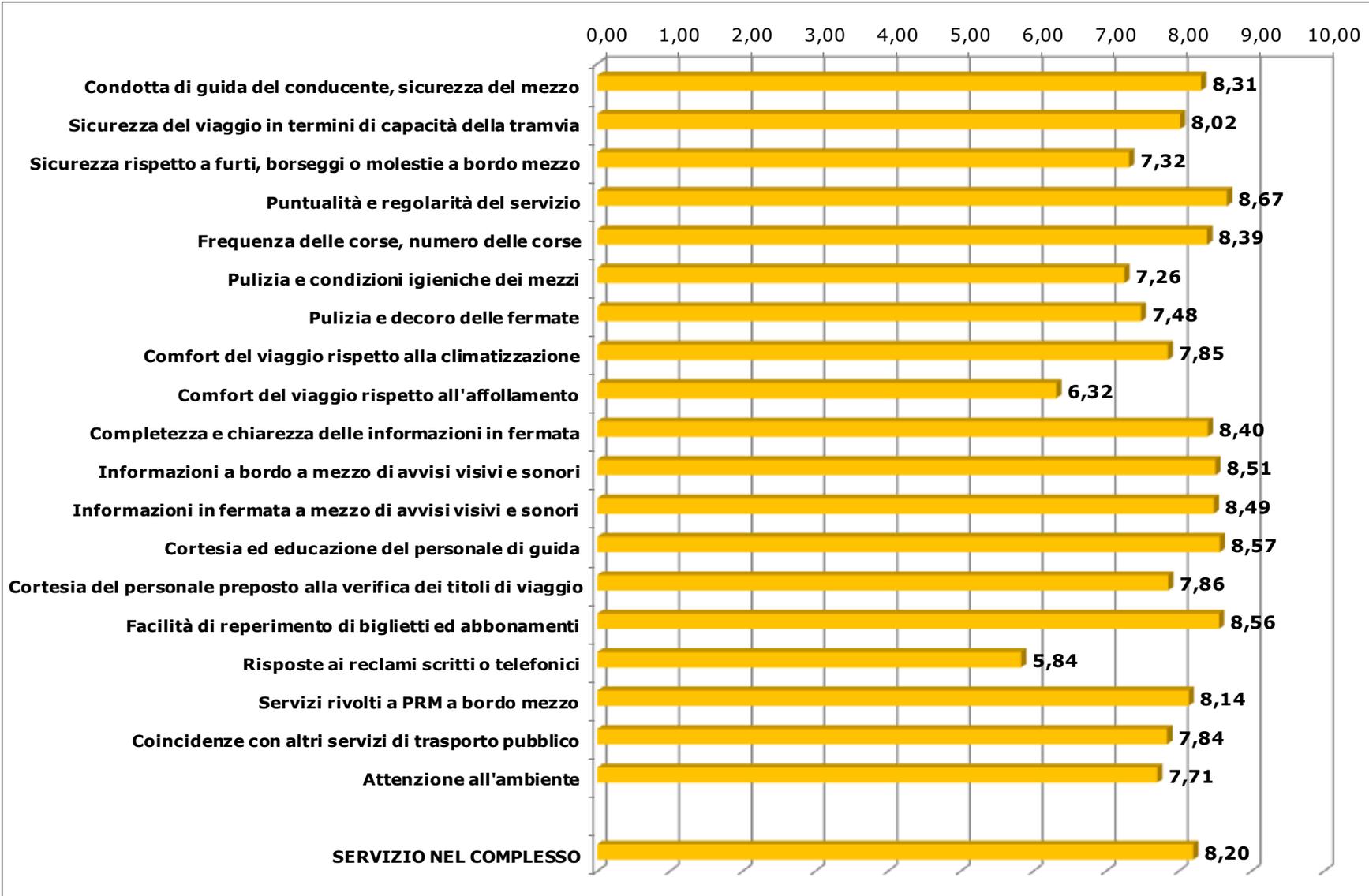
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**I fattori di qualità, % soddisfatti (voto ≥6)  
Servizio tramviario nel complesso**



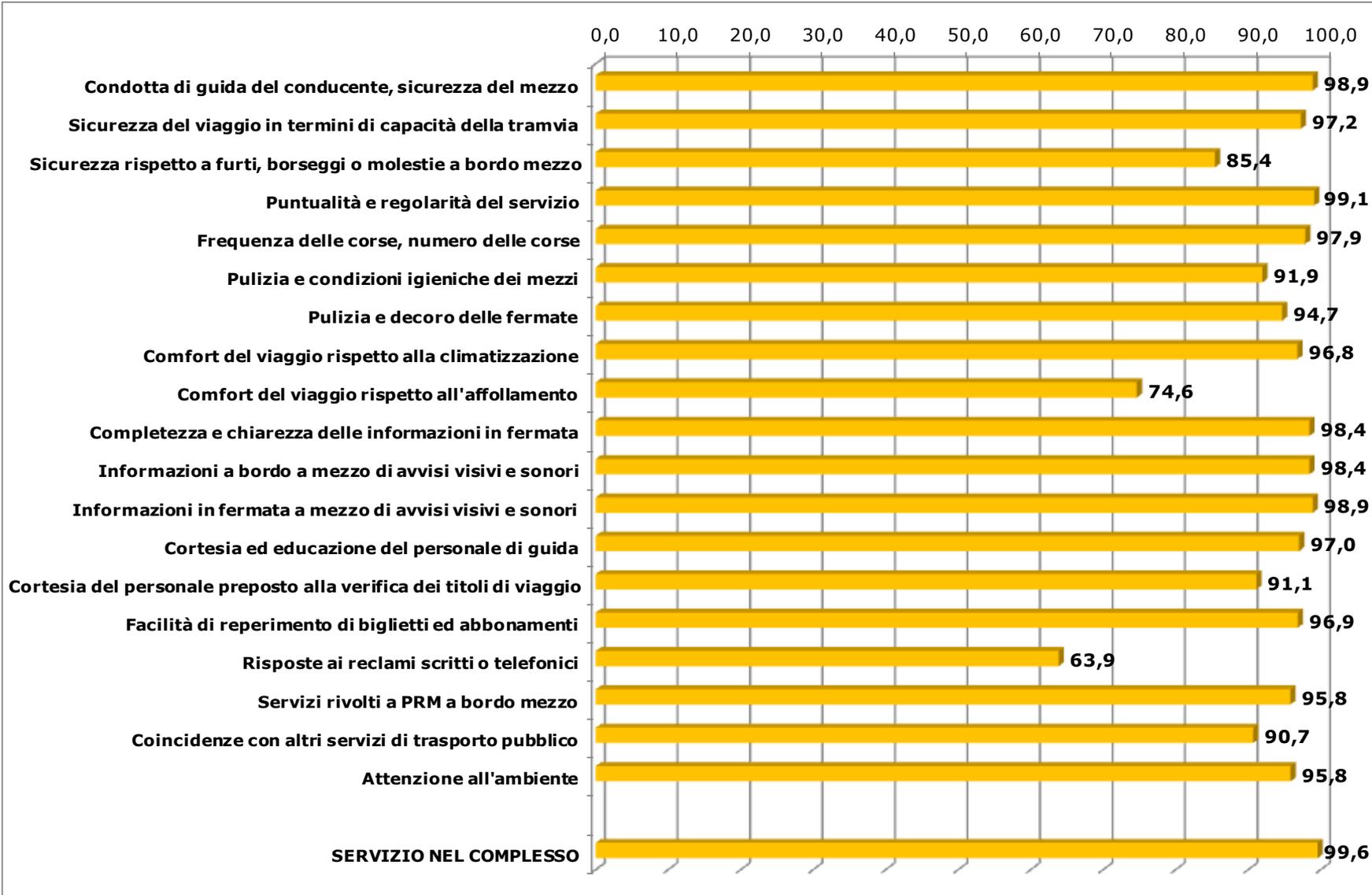
Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**I fattori di qualità, voto medio v.m.  
LINEA T1**



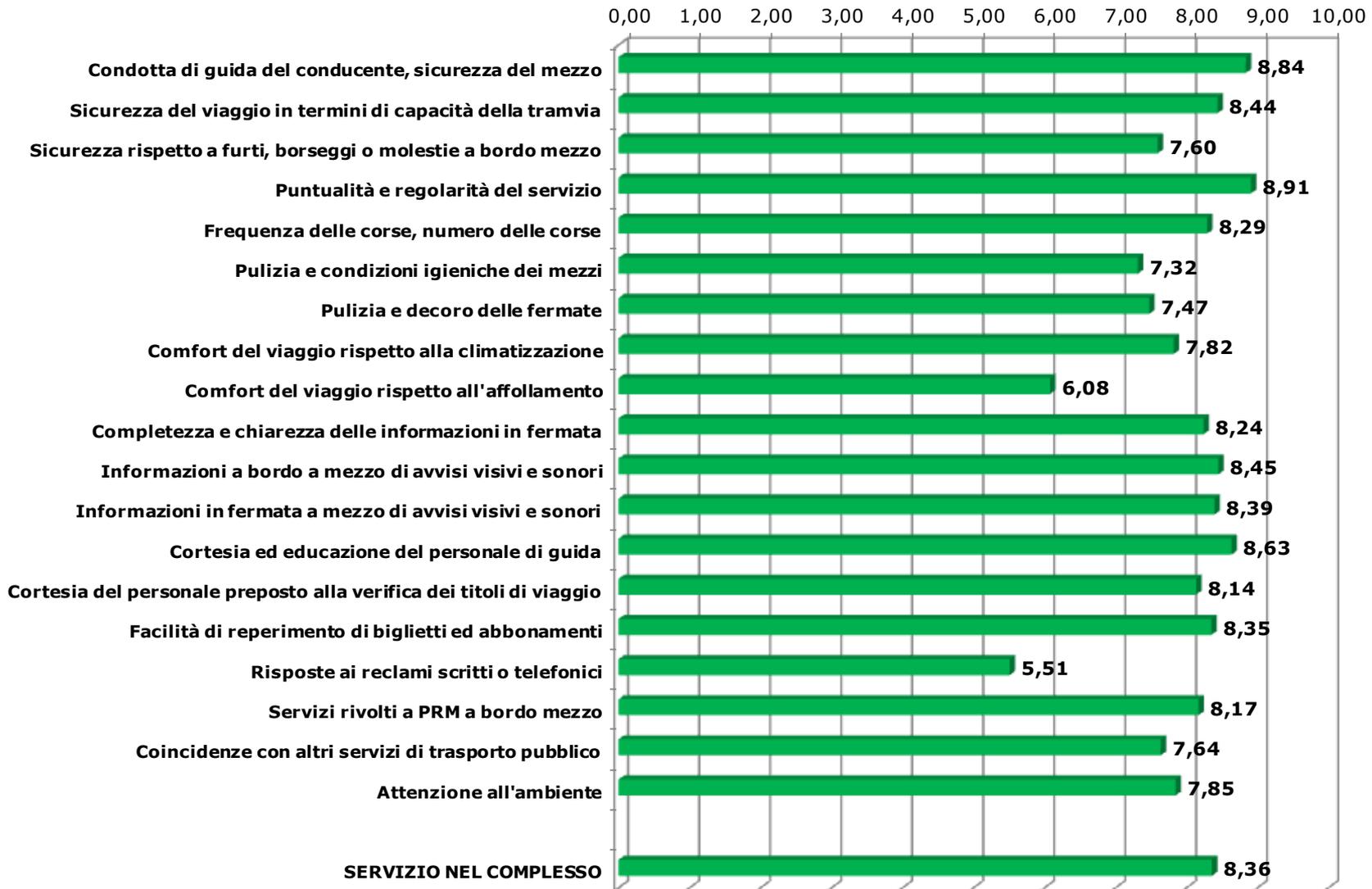
Base: 1.007 interviste ponderate universo

**I fattori di qualità, % soddisfatti (voto ≥6)  
LINEA T1**



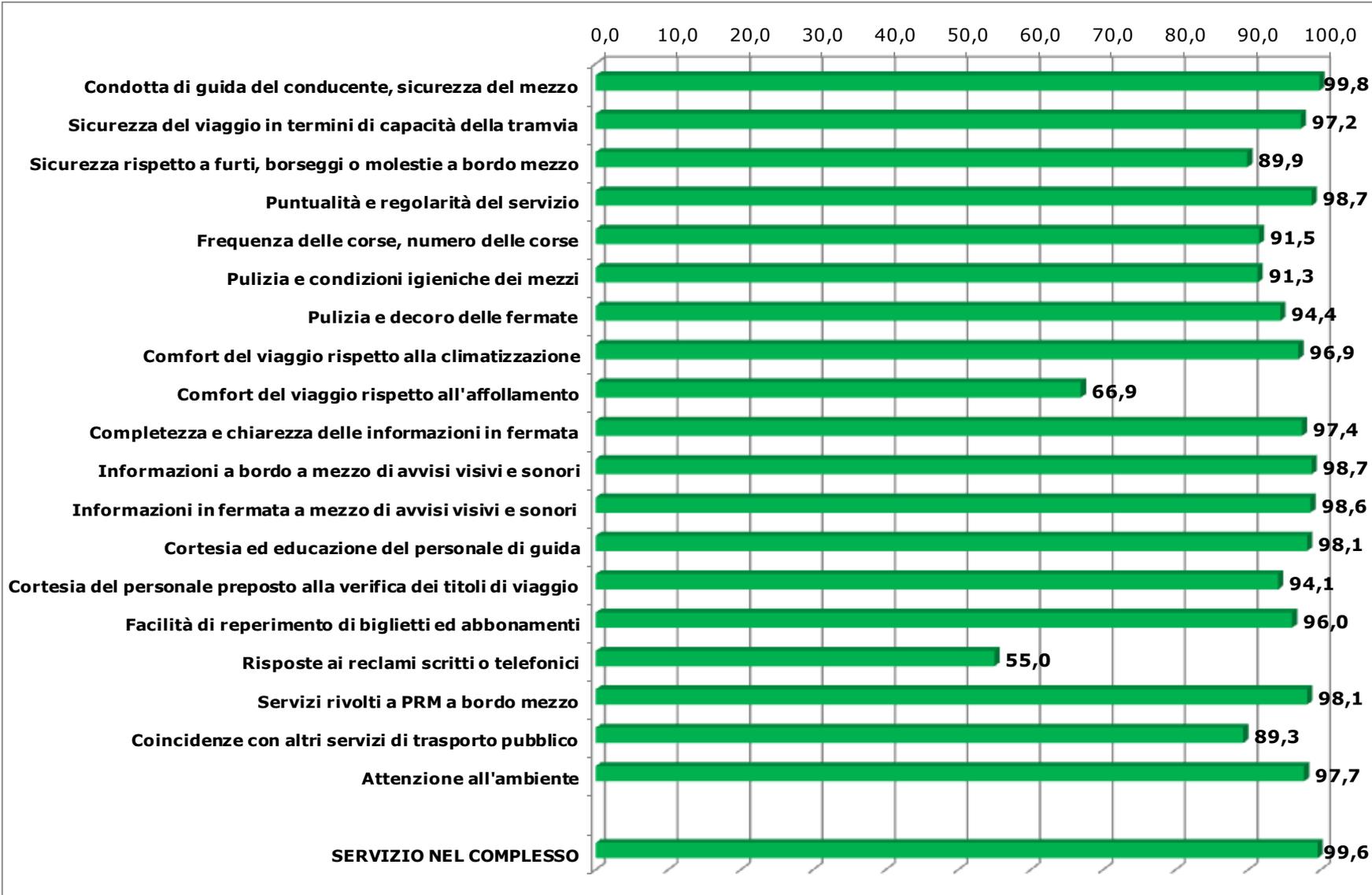
Base: 1.007 interviste ponderate universo

**I fattori di qualità, voto medio v.m.  
LINEA T2**



Base: 505 interviste ponderate universo

**I fattori di qualità, % soddisfatti (voto ≥6)  
LINEA T2**



Base: 505 interviste ponderate universo

ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 9
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	8,5	99,2	0,1	48,1
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	8,1	97,2	0,7	38,8
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	7,4	86,9	3,0	27,8
B04	Puntualità e regolarità del servizio	8,7	99,0	0,0	60,0
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	8,4	95,9	0,7	46,8
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	7,3	91,7	1,3	12,1
B07	Pulizia e decoro delle fermate	7,5	94,6	0,8	14,0
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	7,8	96,8	0,7	24,2
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	6,2	72,2	8,6	4,9
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	8,4	98,1	0,1	44,3
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,5	98,5	0,3	50,7
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,5	98,8	0,2	49,3
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	8,6	97,4	1,4	57,5
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	7,9	92,0	2,4	34,7
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	8,5	96,6	1,2	52,8
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	5,7	60,5	14,4	6,0
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	8,1	96,5	0,4	36,2
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	7,8	90,2	2,7	32,7
B19	Attenzione all'ambiente	7,8	96,4	0,8	20,6
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>8,2</b>	<b>99,6</b>	<b>0,1</b>	<b>35,3</b>

ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 9
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	8,31	98,9	0,1	40,9
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	8,02	97,2	0,7	33,7
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	7,32	85,4	2,9	25,9
B04	Puntualità e regolarità del servizio	8,67	99,1	0,0	55,7
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	8,39	97,9	0,1	44,8
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	7,26	91,9	1,5	11,1
B07	Pulizia e decoro delle fermate	7,48	94,7	0,9	14,4
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	7,85	96,8	0,8	23,7
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	6,32	74,6	6,9	3,8
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	8,40	98,4	0,2	46,4
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,51	98,4	0,5	52,1
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,49	98,9	0,3	51,1
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	8,57	97,0	1,7	57,7
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	7,86	91,1	2,7	32,2
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	8,56	96,9	1,1	55,5
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	5,84	63,9	13,5	4,8
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	8,14	95,8	0,6	36,5
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	7,84	90,7	2,3	34,4
B19	Attenzione all'ambiente	7,71	95,8	0,9	19,5
B20	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>8,20</b>	<b>99,6</b>	<b>0,1</b>	<b>32,3</b>

ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 9
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	8,84	99,8	0,0	64,7
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	8,44	97,2	0,8	50,3
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	7,60	89,9	3,1	31,7
B04	Puntualità e regolarità del servizio	8,91	98,7	0,0	69,9
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	8,29	91,5	1,9	51,2
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	7,32	91,3	0,8	14,3
B07	Pulizia e decoro delle fermate	7,47	94,4	0,4	13,2
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	7,82	96,9	0,4	25,4
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	6,08	66,9	12,5	7,5
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	8,24	97,4	0,0	39,7
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,45	98,7	0,0	47,6
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,39	98,6	0,0	45,2
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	8,63	98,1	0,8	57,1
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	8,14	94,1	1,8	40,9
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	8,35	96,0	1,5	46,6
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	5,51	55,0	15,8	8,1
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	8,17	98,1	0,0	35,5
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	7,64	89,3	3,3	29,3
B19	Attenzione all'ambiente	7,85	97,7	0,3	22,9
B20	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>8,36</b>	<b>99,6</b>	<b>0,2</b>	<b>42,0</b>

## Confronto con precedenti campagne

Le successive tavole riportano il **confronto** tra i risultati della presente edizione di Customer Satisfaction rispetto alle **ultime 2 edizioni** (2021 e 2020)

L'indicatore assunto, come base per il confronto tra le diverse edizioni, è la **percentuale di clienti soddisfatta del servizio**, ovvero quanti hanno espresso un voto  $\geq 6$

Si segnala che l'edizione dell'anno 2020 è stata condotta in periodo pre-pandemico, ad inizio febbraio 2020

## Confronto con precedenti campagne

### % soddisfatti (voto ≥ 6)

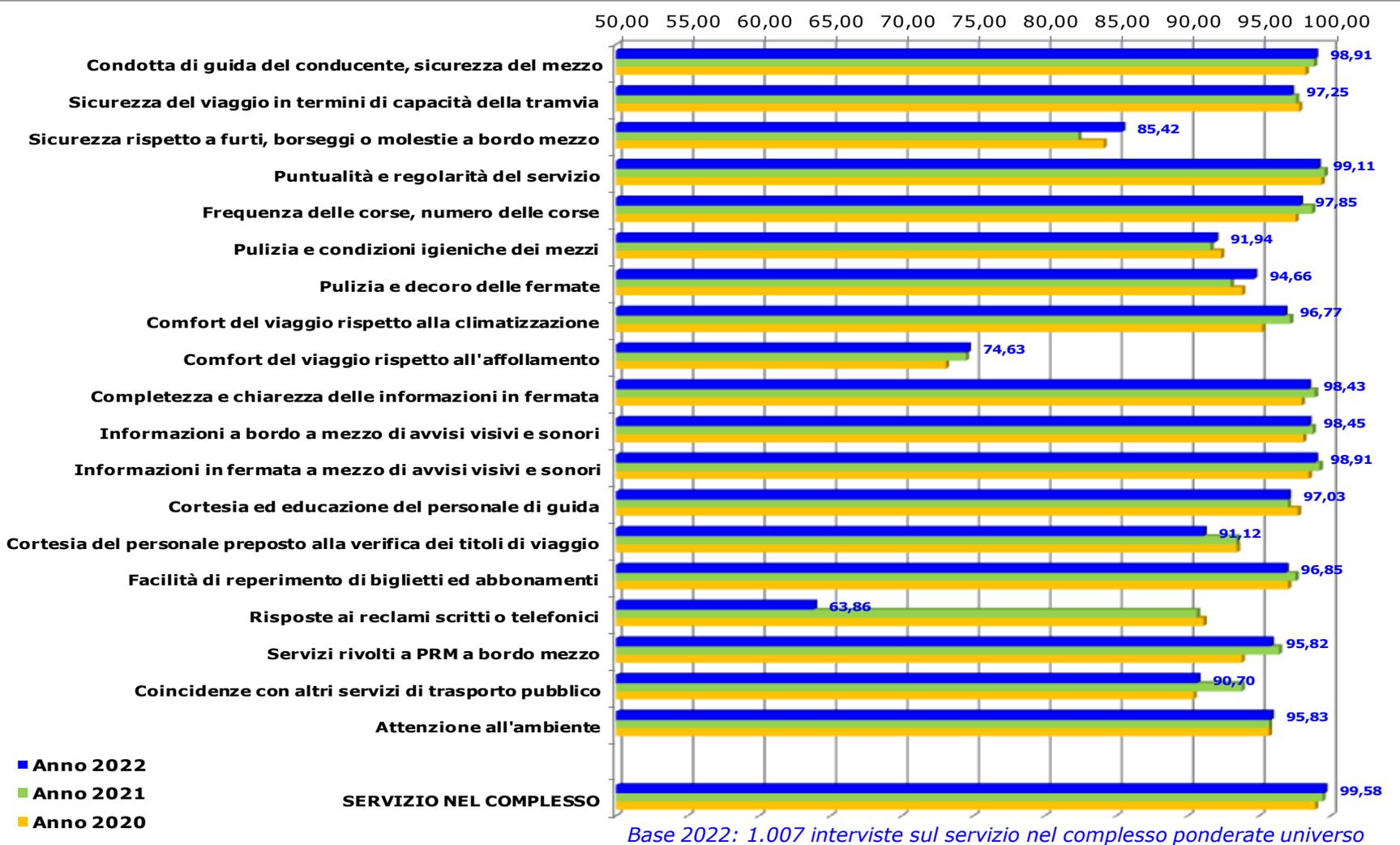
ID	Fattore qualità	Campagna 2022		Campagna 2021		Campagna 2020
		% Soddisfatti v. ≥ 6		% Soddisfatti v. ≥ 6		% Soddisfatti v. ≥ 6
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	98,91	→	98,86	↑	98,26
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	97,25	→	97,59	↓	97,82
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	85,42	↑	82,36	↑	84,13
B04	Puntualità e regolarità del servizio	99,11	→	99,59	→	99,37
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	97,85	↓	98,73	→	97,57
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	91,94	→	91,61	→	92,35
B07	Pulizia e decoro delle fermate	94,66	↑	93,02	↑	93,81
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	96,77	→	97,17	↑	95,21
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	74,63	→	74,49	↑	73,09
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	98,43	→	98,91	→	97,99
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	98,45	→	98,76	→	98,10
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	98,91	→	99,24	→	98,48
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	97,03	→	97,02	↓	97,72
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	91,12	↓	93,42	↓	93,46
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	96,85	↓	97,56	→	97,03
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	63,86	↓	90,66	↓	91,12
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	95,82	↓	96,40	↑	93,79
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	90,70	↓	93,80	→	90,42
B19	Attenzione all'ambiente	95,83	→	95,69	→	95,68
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>99,58</b>	→	99,44	↑	<b>98,93</b>

**Linea T1**

Base 2022: 1.007 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Campagna 09/2022**

**Confronto con precedenti campagne**  
**% soddisfatti (voto ≥6)**



Base 2022: 1.007 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Linea T1

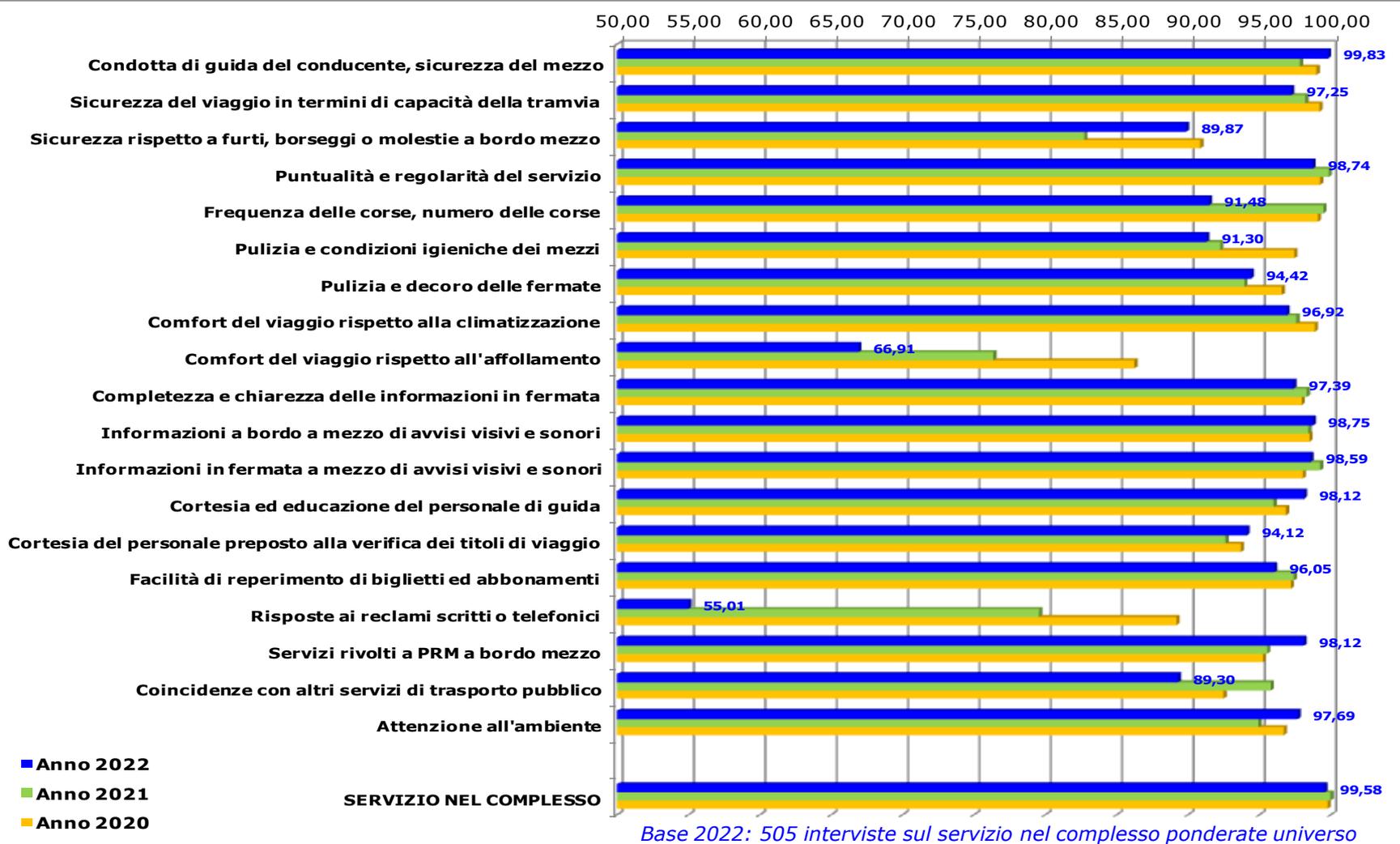
## Confronto con precedenti campagne % soddisfatti (voto ≥ 6)

ID	Fattore qualità	Campagna 2022		Campagna 2021		Campagna 2020
		% Soddisfatti v. ≥ 6		% Soddisfatti v. ≥ 6		% Soddisfatti v. ≥ 6
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	99,83	↑	97,85	↑	99,02
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	97,25	↓	98,23	↓	99,23
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	89,87	↑	82,74	↓	90,88
B04	Puntualità e regolarità del servizio	98,74	↓	99,88	↓	99,26
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	91,48	↓	99,50	↓	99,12
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	91,30	↓	92,28	↓	97,46
B07	Pulizia e decoro delle fermate	94,42	→	93,95	↓	96,57
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	96,92	↓	97,61	↓	98,90
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	66,91	↓	76,37	↓	86,26
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	97,39	↓	98,35	↓	97,97
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	98,75	→	98,46	→	98,51
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	98,59	↓	99,26	↑	98,05
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	98,12	↑	96,01	↑	96,87
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	94,12	↑	92,64	→	93,72
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	96,05	↓	97,42	↓	97,22
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	55,01	↓	79,58	↓	89,20
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	98,12	↑	95,56	↑	95,26
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	89,30	↓	95,80	↓	92,51
B19	Attenzione all'ambiente	97,69	↑	94,95	↑	96,72
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>99,58</b>	<b>→</b>	<b>100,00</b>	<b>→</b>	<b>99,80</b>

**Linea T2**

Base 2022: 505 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Confronto con precedenti campagne**  
**% soddisfatti (voto ≥6)**



Base 2022: 505 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Linea T2

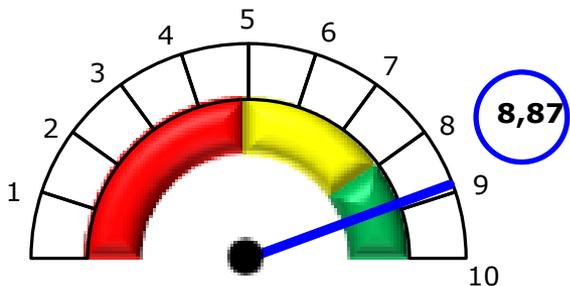
## NPS, Net Promoter Score

Il cliente, a conclusione della batteria di fattori di qualità è stato invitato ad esprimere la misura in cui, sulla base della propria personale esperienza, avrebbe consigliato il servizio di TP ad un parente/amico/conoscente, mediante la formulazione di un **giudizio** compreso **tra 1**, corrispondente alla posizione “non lo consiglierei mai”, e **10** corrispondente alla posizione “sicuramente lo consiglierei”

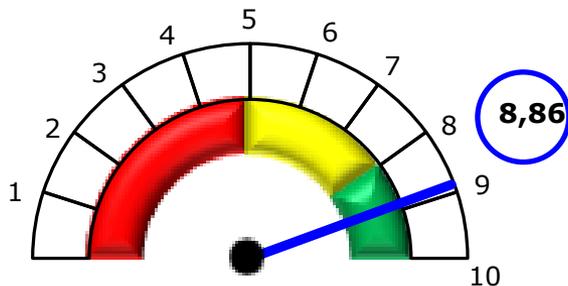
Il **Net Promoter Score** (NPS) è un indice che valuta la fedeltà nella relazione azienda – cliente, misurando la misura in cui un cliente consiglierebbe il servizio ad un proprio parente/amico/conoscente, atteso che **la soddisfazione** rispetto ad un servizio di cui si è fruito, ingenerale, **conduce** un soggetto **a proporre** la “positività” dell’esperienza vissuta anche ad altre persone

**NPS, Net Promoter Score**

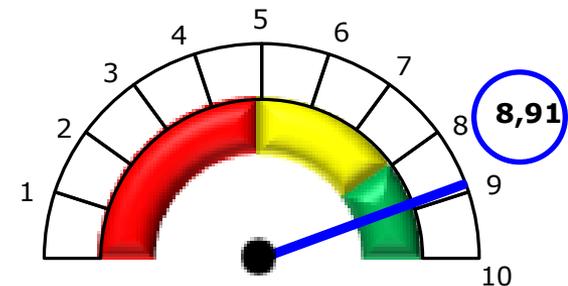
**Totale**



**Linea T1**

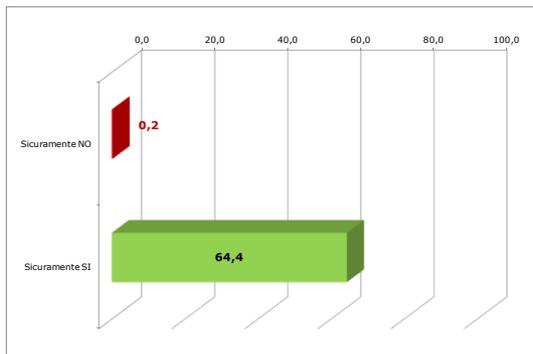


**Linea T2**

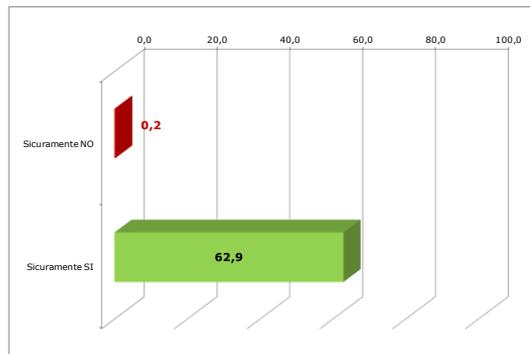


**Consiglierebbe il servizio tramviario?**

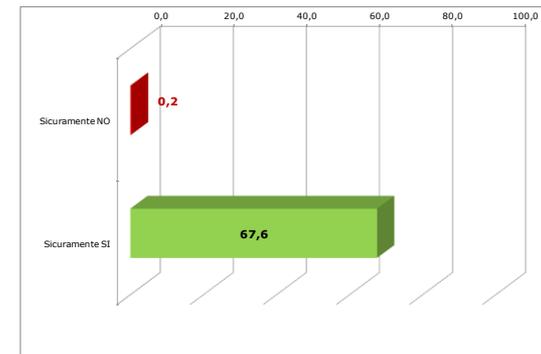
**Totale**



**Linea T1**



**Linea T2**



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

N.P.S., v.m.



## **PARTE 5 IMPORTANZA FATTORI: QUADRANT ANALYSIS**

**Qualità attesa**

**Importanza dichiarata**

**Importanza calcolata**

Dopo l'analisi dei risultati della Customer Satisfaction, che ha evidenziato punti di forza e punti di debolezza del servizio, è fondamentale conoscere l'**importanza di ciascun dei 10 macro fattori di qualità** per l'attuale clientela, in termini di **livello di importanza ricoperta** dai singoli aspetti del servizio

Conseguentemente, al soggetto rispondente è stato richiesto di posizionare i 10 macro-fattori di qualità del servizio indagati in ordine di importanza dalla 1<sup>a</sup> alla 3<sup>a</sup> posizione

Sulla base dei risultati dell'indagine è stato possibile **calcolare** il posizionamento di ogni macro fattore in un graduatoria "avulsa", ovvero la percentuale di clienti che hanno indicato un determinato macro fattore in una data posizione, **qualità attesa calcolata**

Conseguentemente, dalle quote percentuali con cui ciascun item figura nelle diverse posizioni della classifica, è stato possibile ricavare la cosiddetta **importanza calcolata**, mediante l'applicazione di opportuni coefficienti di ponderazione in funzione della posizione relativa in classifica

Così facendo, ad ogni singolo parametro preso in considerazione durante la ricerca si attribuisce un **grado di importanza** direttamente **correlato alle dichiarazioni degli clienti** del servizio tramviario

**Importanza CALCOLATA, %**


LINEA T1		
LIVELLO IMPORTANZA	Fattore qualità	IMPORTANZA CALCOLATA
1°	PUNTUALITÀ REGOLARITÀ	38,9
2°	SICUREZZA	19,5
3°	PULIZIA	9,6
4°	COMFORT	8,8
5°	COINCIDENZE	6,4
6°	ATTENZIONE AMBIENTE	6,2
7°	INFORMAZIONI	6,1
8°	COMUNICAZIONE	2,7
9°	COMMERCIALE	0,9
10°	SERVIZI P.R.M.	0,8

LINEA T2		
LIVELLO IMPORTANZA	Fattore qualità	IMPORTANZA CALCOLATA
1°	PUNTUALITÀ REGOLARITÀ	41,4
2°	SICUREZZA	21,0
3°	PULIZIA	9,2
4°	COMFORT	9,2
5°	COINCIDENZE	6,0
6°	ATTENZIONE AMBIENTE	5,8
7°	INFORMAZIONI	3,7
8°	COMUNICAZIONE	2,3
9°	SERVIZI P.R.M.	0,9
10°	COMMERCIALE	0,6

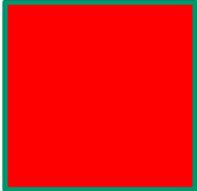
TOTALE		
LIVELLO IMPORTANZA	Fattore qualità	IMPORTANZA CALCOLATA
1°	PUNTUALITÀ REGOLARITÀ	39,7
2°	SICUREZZA	19,9
3°	PULIZIA	9,5
4°	COMFORT	8,9
5°	COINCIDENZE	6,3
6°	ATTENZIONE AMBIENTE	6,1
7°	INFORMAZIONI	5,4
8°	COMUNICAZIONE	2,6
9°	COMMERCIALE	0,8
10°	SERVIZI P.R.M.	0,8

Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

L'analisi concomitante dei risultati della Customer Satisfaction e del grado di importanza calcolata per ogni fattore consente di creare una mappa di posizionamento, **Quadrant Analysis**, ovvero uno **strumento utile all'ottimizzazione delle strategie aziendali** poiché consente di realizzare interventi ad hoc, consentendo di identificare gli elementi del servizio su cui intervenendo è possibile **migliorare il livello della qualità attesa e, quindi, percepita**

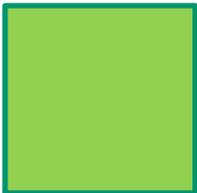
La mappa altro non è che un piano cartesiano in cui le coordinate sono date dalla **soddisfazione dei clienti in termini di voto medio per le ascisse** e dall'**importanza calcolata per le ordinate**. L'asse delle ascisse interseca quello delle ordinate in corrispondenza del livello di soddisfazione espresso rispetto al servizio nel suo complesso mentre l'asse delle ordinate interseca quello delle ascisse in corrispondenza del valore 10,0 (valore di equidistribuzione dell'importanza), ossia del livello di importanza che ciascun item avrebbe avuto qualora tutti i macro-fattori avessero avuto lo stesso peso nella formazione del giudizio finale

Nel piano si delineano, quindi, **4 quadranti**, ciascuno con una sua specifica definizione:



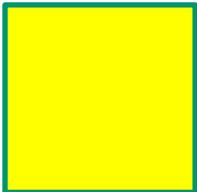
• **I QUADRANTE: Area dei Miglioramenti prioritari**

area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è superiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e la soddisfazione è inferiore alla soddisfazione del servizio nel suo complesso;



• **II QUADRANTE: Area Mantenimento**

area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è superiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e anche il livello di soddisfazione è maggiore della soddisfazione rispetto al servizio nel suo complesso;



• **III QUADRANTE: Area del Controllo**

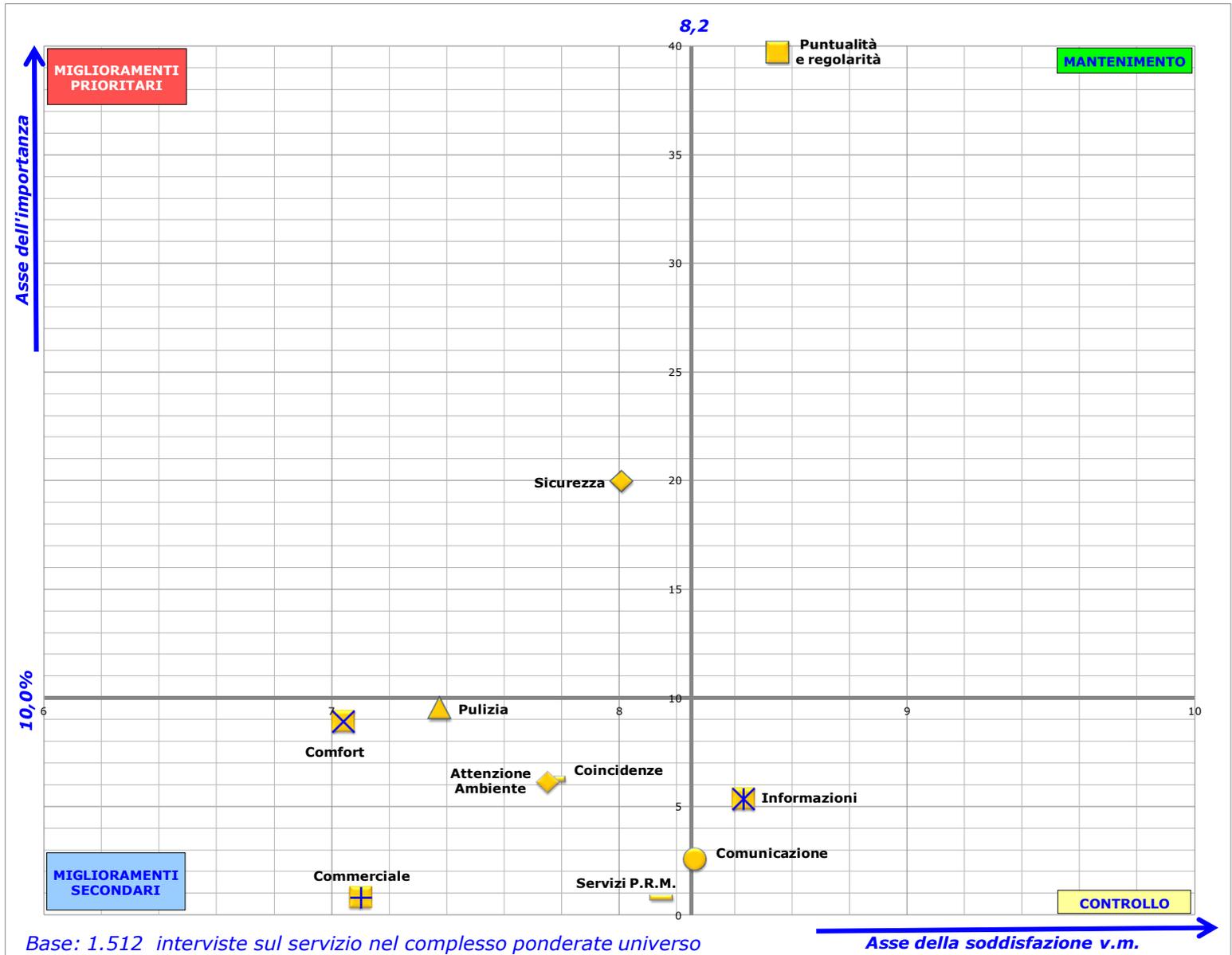
area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è inferiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e la soddisfazione è superiore al livello di soddisfazione del servizio nel suo complesso;



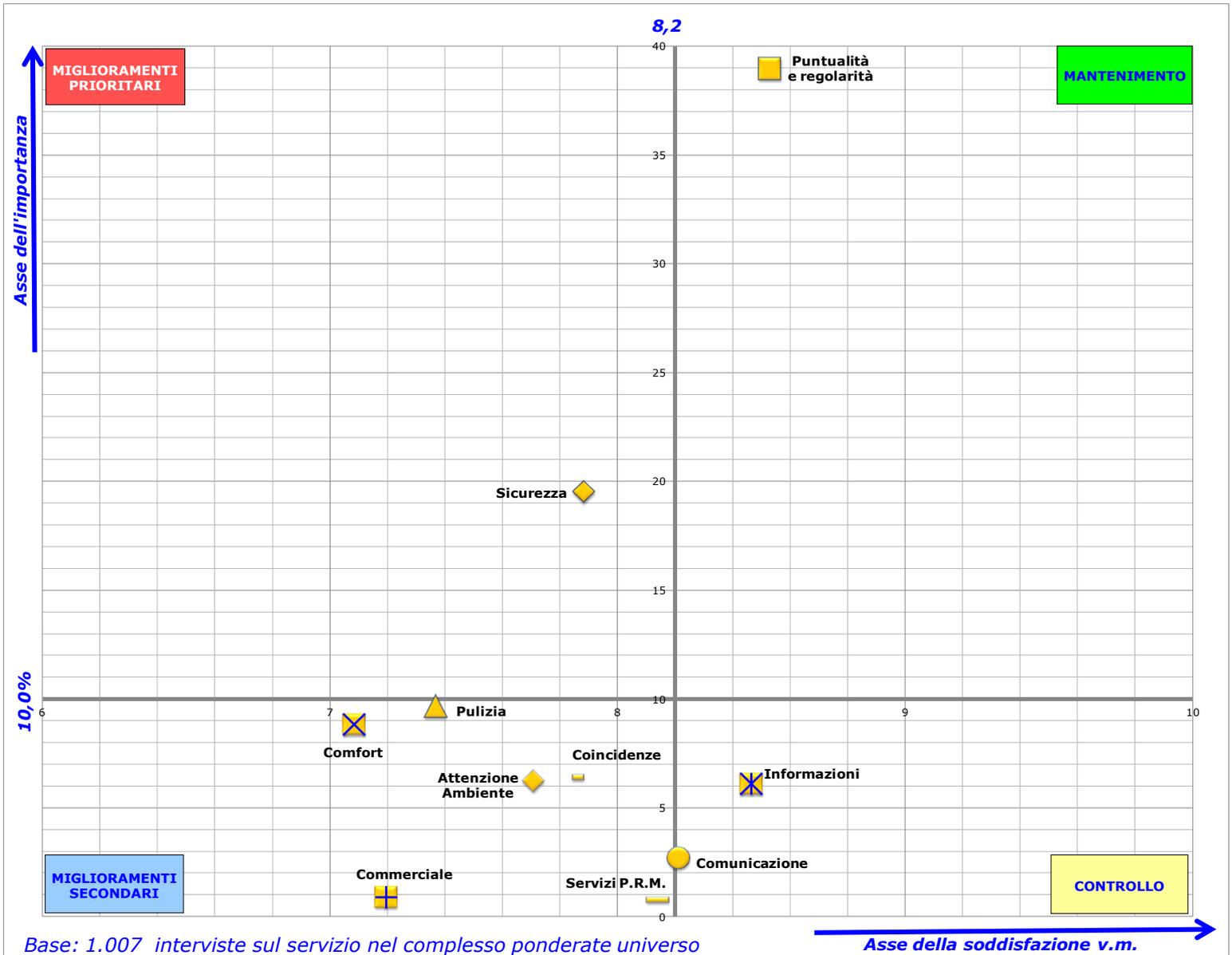
• **IV QUADRANTE: Area dei Miglioramenti secondari**

area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è inferiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e anche la soddisfazione è minore del livello di soddisfazione rispetto al servizio nel suo complesso.

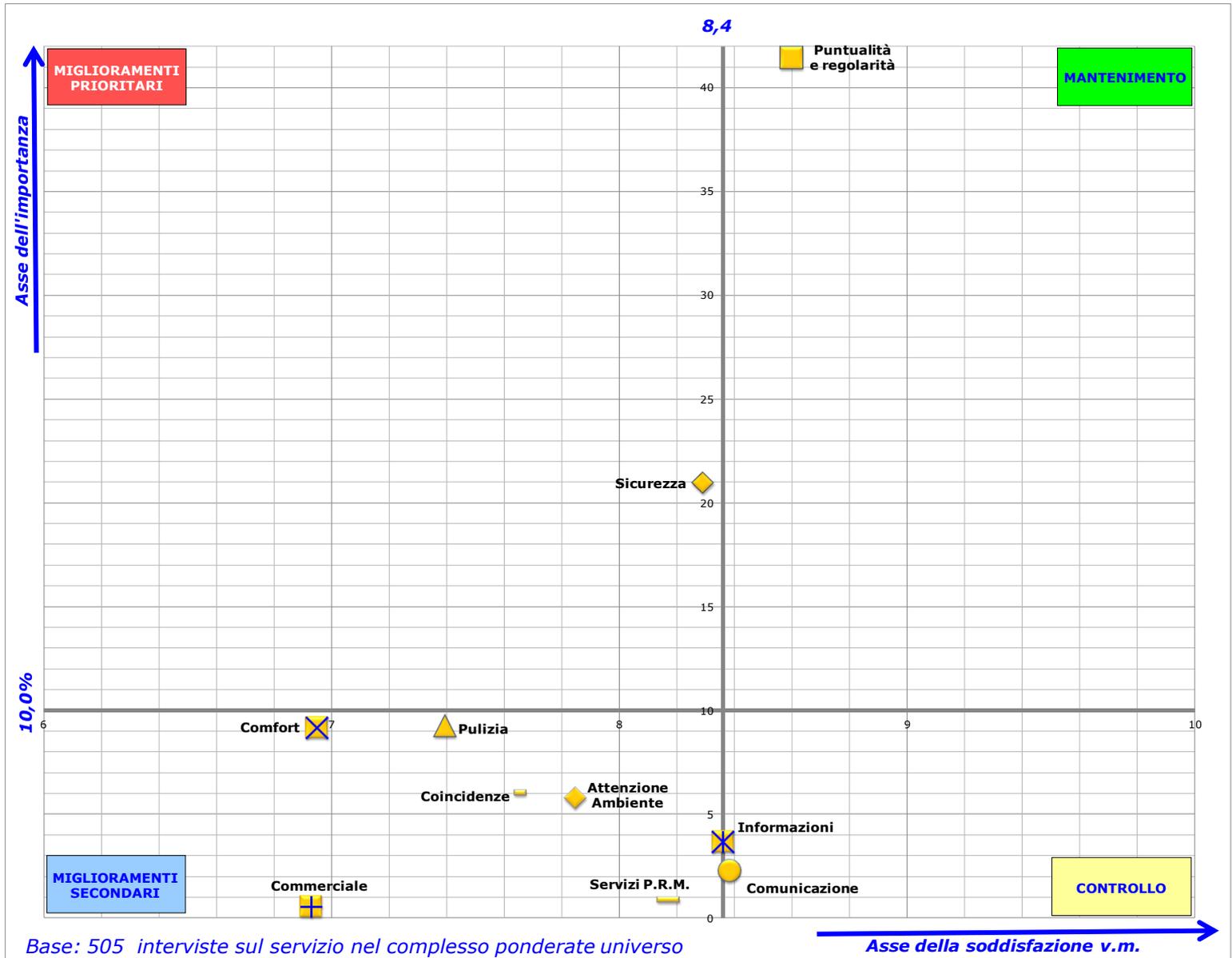
**SERVIZIO NEL COMPLESSO**



**LINEA T1**



**LINEA T2**





## **PARTE 6 PERCEZIONE DELLA GESTIONE DELL'EMERGENZA SANITARIA COVID-19**

**2  
fattori**

**Informazioni**

**Efficienza  
servizio**

Stante il perdurare delle misure contenimento alla diffusione del COVID-19 e prima dell'emergenza sanitaria nazionale connessa con il Corona Virus COVID-19, la Committenza ha voluto, in questa edizione come nella precedente, valutare la percezione della propria clientela su alcuni aspetti del servizio connessi con la gestione dell'emergenza da parte dell'Azienda, sia sul fronte comunicativo sia sul fronte dell'efficienza nello svolgimento del servizio

Pertanto, il passeggero veniva inviato ad esprimere un **voto** in una scala di giudizio **da 1 a 10**, dove 1 rappresentava la sua minima soddisfazione e 10 la sua massima soddisfazione

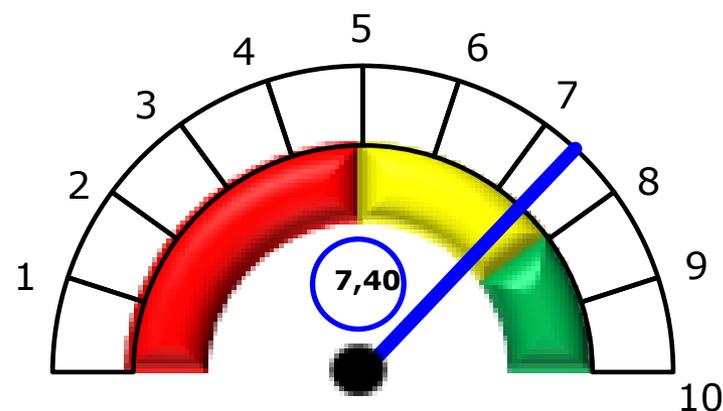
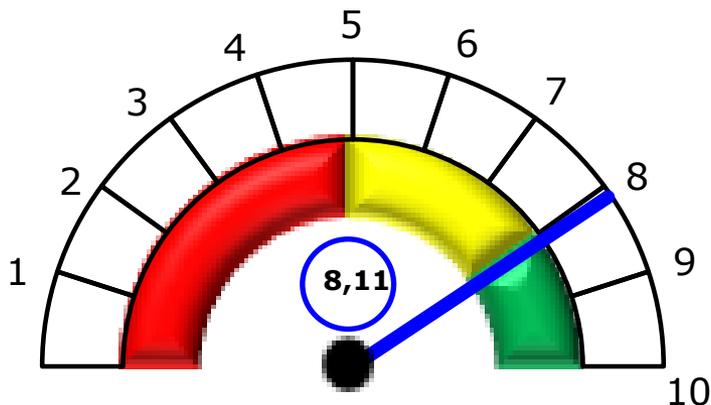
Per i 2 fattori considerati è stato calcolato il **voto medio** e la percentuale di clienti **soddisfatti** ovvero la percentuale di quanti hanno espresso un voto  $\geq 6$ , al netto di coloro i quali hanno affermato di non voler o non saper rispondere in merito ad un dato item

Le successive tavole riportano i risultati aggregati e ponderati a livello di intero servizio

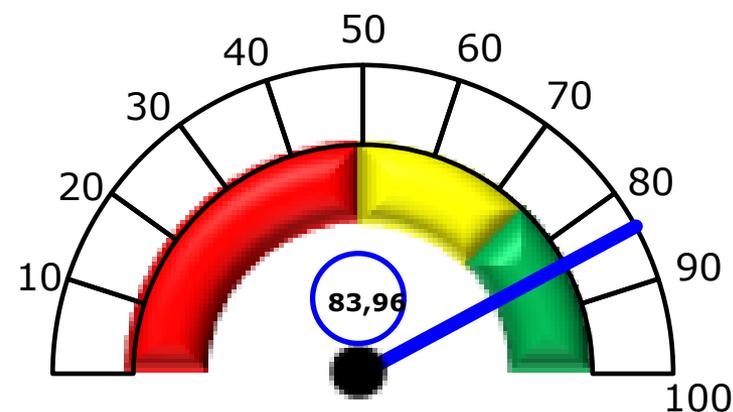
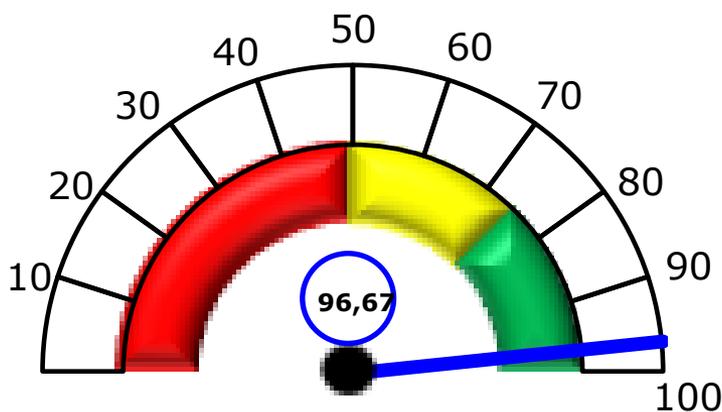
**Come reputa la chiarezza e la completezza della comunicazione dell'Azienda relativa alle disposizioni sulle misure di contenimento dell'emergenza COVID-19?**

**Come reputa l'efficienza nello svolgimento del servizio a seguito dell'emergenza COVID-19?**

**Voto medio**



**% soddisfatti**



Base: 1.512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo



## **ALLEGATO 1 SCHEDA SURVEY**



## SEZIONE B – CUSTOMER SATISFACTION (QUALITA' PERCEPITA)

Vorrei ora porLe alcune domande sulla sua percezione della qualità del servizio. La preghiamo di rispondere sulla base della sua personale esperienza e senza condizionamenti. Lei dovrà esprimere per ognuna delle domande che le leggerò il Suo livello di soddisfazione usando una scala da 1 a 10, dove 10 indica la massima soddisfazione (molto soddisfatto) ed 1 la massima insoddisfazione (per nulla soddisfatto). La invitiamo a rispondere senza fretta e ad utilizzare tutta la scala. [Codificare 99 per Non Saprei/Non risponde]

*Parliamo ora della sicurezza personale e del viaggio, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto*

<b>B01</b>	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B02</b>	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B03</b>	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo dei mezzi	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Parliamo ora della puntualità e regolarità del servizio, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto*

<b>B04</b>	Puntualità, regolarità del servizio	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B05</b>	Frequenza delle corse, numero di corse	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Parliamo ora della pulizia, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto*

<b>B06</b>	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B07</b>	Pulizia e e decoro delle fermate	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Parliamo ora del comfort del viaggio e di servizi aggiuntivi, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto*

<b>B08</b>	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B09</b>	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento dei mezzi	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Parliamo ora delle informazioni a supporto del viaggio, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto*

<b>B10</b>	Completezza e chiarezza delle informazioni alle fermate (orari, numero verde, siti, canali social)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B11</b>	Informazioni a bordo a mezzo degli avvisi visivi e sonori	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B12</b>	Informazioni in fermata a mezzo degli avvisi di fermata visivi e sonori	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

*Parliamo ora della comunicazione, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto*

<b>B13</b>	Cortesìa ed educazione del personale di guida	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>B14</b>	Cortesìa ed educazione del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Parliamo ora degli aspetti commerciali, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto

<b>B15</b>	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	_ _
<b>B16</b>	Risposte ai reclami, scritti o telefonici	_ _

Parliamo ora ai altri aspetti, come reputa con un voto da 1 a 10 il servizio rispetto

<b>B17</b>	Servizi rivolti ai passeggeri con ridotta mobilità a bordo dei mezzi (pedane, punti di ancoraggio)	_ _
<b>B18</b>	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	_ _
<b>B19</b>	Attenzione all'ambiente (rumori, impatto visivo)	_ _
<b>B20</b>	Infine, come reputa in il servizio tramviario di Firenze nel suo complesso	_ _

<b>B21</b>	Con riferimento ai seguenti macrofattori del servizio [ <i>mostrare cartellino</i> rotazioni], potrebbe indicarmi, in ordine di importanza, i 3 ritenuti da Lei più importanti? [Codificare con il numero del fattore riportato]:		
	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <b>01. SICUREZZA</b>  <b>03. PULIZIA</b>  <b>05. INFORMAZIONI</b>  <b>07. COMMERCIALE</b>  <b>09. SERVIZI RIVOLTI PRM</b> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <b>02. PUNTUALITA' E REGOLARITA'</b>  <b>04. COMFORT</b>  <b>06. COMUNICAZIONE</b>  <b>08. COINCIDENZE</b>  <b>10. ATTENZIONE AMBIENTE</b> </td> </tr> </table>	<b>01. SICUREZZA</b> <b>03. PULIZIA</b> <b>05. INFORMAZIONI</b> <b>07. COMMERCIALE</b> <b>09. SERVIZI RIVOLTI PRM</b>	<b>02. PUNTUALITA' E REGOLARITA'</b> <b>04. COMFORT</b> <b>06. COMUNICAZIONE</b> <b>08. COINCIDENZE</b> <b>10. ATTENZIONE AMBIENTE</b>
<b>01. SICUREZZA</b> <b>03. PULIZIA</b> <b>05. INFORMAZIONI</b> <b>07. COMMERCIALE</b> <b>09. SERVIZI RIVOLTI PRM</b>	<b>02. PUNTUALITA' E REGOLARITA'</b> <b>04. COMFORT</b> <b>06. COMUNICAZIONE</b> <b>08. COINCIDENZE</b> <b>10. ATTENZIONE AMBIENTE</b>		
	<b>1° pos.</b>  _ _  - <b>2° pos.</b>  _ _  - <b>3° pos.</b>  _ _		

<b>B22</b>	Con un voto da 1 a 10, quanto consiglierebbe ad un parente/amico/conoscente il servizio tramviario di Firenze?	_ _
------------	--	-----

La invitiamo ora ad esprimere un giudizio, in una scala da 1 a 10, sul alcuni aspetti del servizio a seguito dell'emergenza sanitaria nazionale connessa con il Corona Virus COVID-19. Le ricordo che 10 indica la Sua massima soddisfazione (molto soddisfatto) ed 1 la Sua massima insoddisfazione (per nulla soddisfatto). [Codificare 99 per Non Saprei/Non risponde]

<b>B24</b>	Come reputa la chiarezza e la completezza della comunicazione dell'Azienda relativa alle disposizioni sulle misure di contenimento dell'emergenza COVID-19?	_ _
<b>B25</b>	Come reputa l'efficienza nello svolgimento del servizio a seguito dell'emergenza COVID-19?	_ _

## SEZIONE C – DATI DI STRUTTURA

<b>C01</b>	Genere [ <i>riportare</i> ]? <b>01</b> = Maschio ; <b>02</b> = Femmina	_ _			
<b>C02</b>	Potrebbe indicarmi la Sua fascia di età? <b>01</b> =14-17 anni; <b>02</b> =18-24 anni; <b>03</b> =25-34 anni; <b>04</b> = 35-44 anni; <b>05</b> = 45-54 anni; <b>06</b> = 55-64 anni; <b>07</b> =65 anni e oltre	_ _			
<b>C03</b>	Potrebbe indicarmi la Sua condizione professionale? <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <b>01</b> = Imprenditore/ dirigente  <b>02</b> = Libero professionista  <b>03</b> = Impiegato  <b>04</b> = Artigiano/commerciante/esercente                 </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <b>05</b> = Operaio  <b>06</b> = Insegnante  <b>07</b> = Rappresentante  <b>08</b> = Studente                 </td> <td style="width: 33%; vertical-align: top;"> <b>09</b> = Casalinga  <b>10</b> = Pensionato  <b>11</b> = Disoccupato  <b>20</b> = Altro                 </td> </tr> </table>	<b>01</b> = Imprenditore/ dirigente <b>02</b> = Libero professionista <b>03</b> = Impiegato <b>04</b> = Artigiano/commerciante/esercente	<b>05</b> = Operaio <b>06</b> = Insegnante <b>07</b> = Rappresentante <b>08</b> = Studente	<b>09</b> = Casalinga <b>10</b> = Pensionato <b>11</b> = Disoccupato <b>20</b> = Altro	_ _
<b>01</b> = Imprenditore/ dirigente <b>02</b> = Libero professionista <b>03</b> = Impiegato <b>04</b> = Artigiano/commerciante/esercente	<b>05</b> = Operaio <b>06</b> = Insegnante <b>07</b> = Rappresentante <b>08</b> = Studente	<b>09</b> = Casalinga <b>10</b> = Pensionato <b>11</b> = Disoccupato <b>20</b> = Altro			

**RINGRAZIARE:** La ringrazio per la Sua disponibilità, a nome di GEST del gruppo RATP, di IRTECO e mio personale Le auguro buon viaggio.



**IRTECO**  
 studi e ricerche sui sistemi di trasporto  
[www.irteco.com](http://www.irteco.com)

*Follow us*



@IRTECO



@irteco\_torino

**IRTECO s.a.s. di Oliveri G. & C.** - Via Pietro Palmieri n. 21 - 10143 Torino  
 Tel 011-19839050 - Fax 011-7575793 - Email: [segreteria@irteco.com](mailto:segreteria@irteco.com) - Codice Fiscale e P.IVA: 04830770014

[www.irteco.com](http://www.irteco.com)