



**INDAGINI DI CUSTOMER SATISFACTION  
RIVOLTE ALL'ATTUALE CLIENTELA  
DEL SERVIZIO TRAMVIARIO  
DELLA CITTA' DI DIRENZE  
-Anno 2021 -**

**REVISIONI**

Questo rapporto è stato trasmesso e rivisto come segue:

Rev.	Descrizione	Data	Redatto	Approvato	Firma
0	Emissione	21/10/2021	DN-GO	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 2021** 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 2021**, relativamente al servizio tramviario sia analizzato nel suo complesso sia analizzato 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 delle **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 17/09/2021 a mercoledì 29/09/2021**, 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**

**Supervisor**

**Numero verde  
gratuito,  
anche da  
cellulare,  
dedicato alla  
rete di 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 in modalità FAD sincrona nei giorni antecedenti l'avvio delle indagini

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 2021 è stata svolta in un **particolare periodo storico** che interessa il nostro Paese ed il mondo intero ormai dal febbraio 2020: l'emergenza sanitaria nazionale connessa con la diffusione epidemiologica del c.d. **Corona Virus COVID-19**

Come noto, l'utilizzo dei mezzi di TP di linea prevede, a livello governativo e locale, l'adozione di opportune **misure volte alla tutela e salvaguardia della salute pubblica**, tra le quali: limitazione al carico massimo ammesso, contingentamento, distanziamento sociale, utilizzo di mascherine a bordo mezzo e all'aperto nelle circostanze in cui non si sia in grado di garantire il distanziamento, unitamente ad altre misure

Questo ha, chiaramente, portato ad una drastica riduzione del carico passeggeri sulle linee tramviarie se rapportate al carico passeggeri riferito al periodo ante COVID-19, con conseguente maggior difficoltà, e complessità, nella possibilità di entrare in contatto con la clientela unita al comprensibile timore dei clienti di interloquire ed essere intervistato 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 in occasione dei briefing formativi rivolti ai rilevatori

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

Come detto, un'ampia sezione del briefing formativo condotto in modalità FAD sincrona 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**, fornita, a bordo mezzo ed in fermata;
- **Obbligo di igienizzare le mani**, con il gel idroalcolico fornito, 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 affollamento** circa superiore all'80% ed in ogni caso in tutte le circostanze in cui si fosse avvertito forte senso di disagio per sovraffollamento a causa del COVID-19. Analogamente, se già a bordo, obbligo di scendere alla prima fermata utile nelle circostanze appena descritte. In dette circostanze il rilevatore doveva prontamente mettersi in contatto con i supervisori;
- 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

## 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 di un mese tipo di riferimento**

Ai fini della ponderazione, la Committenza ha reso disponibile al dato medio giornaliero di carico per tipo giorno e linea, con riferimento alle ultime 2 settimane del mese di settembre. 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

<b>PAX/GIORNO MEDIA SETTEMBRE 2021</b>				
<b>LINEA</b>	<b>01 LUN-VEN</b>	<b>02 SAB</b>	<b>03 DOM</b>	<b>TOTALE</b>
<b>T1</b>	55.000	52.000	41.000	<b>148.000</b>
<b>T2</b>	20.000	15.000	15.000	<b>50.000</b>
<b>TOTALE</b>	<b>75.000</b>	<b>67.000</b>	<b>56.000</b>	<b>198.000</b>

<b>PAX/WEEK TIPO SETTEMBRE 2021</b>				
<b>LINEA</b>	<b>01 LUN-VEN</b>	<b>02 SAB</b>	<b>03 DOM</b>	<b>TOTALE</b>
<b>T1</b>	275.000	52.000	41.000	<b>368.000</b>
<b>T2</b>	100.000	15.000	15.000	<b>130.000</b>
<b>TOTALE</b>	<b>375.000</b>	<b>67.000</b>	<b>56.000</b>	<b>498.000</b>

Si evidenzia che, stante il particolare periodo storico connesso con l'emergenza sanitaria nazionali COVID-19, il dato di carico medio giornaliero del mese di settembre 2021 risulta inferiore del 36% circa rispetto a quello di novembre 2021 (pre-pandemico)

**1.527**  
 interviste  
 complessive

**3.850**  
 contatti

**+/- 2.5%**  
 errore statistico

In definitiva, su entrambe le linee, sono stati realizzati **3.850 contatti** che hanno portato ad ottenere **1.527 interviste** rivolte agli attuali clienti del servizio, di cui **1.015 sulla Linea T1** e **512 sulla Linea T2**

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

La numerosità complessiva di **interviste utili raccolte (1.527)**, consente di garantire, per tutti gli indicatori di primo livello analizzati, un **errore statistico** inferiore al **+/- 2.5%** 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	691	180	144	<b>1.015</b>	+/-3,07%
<b>2</b>	02 T2	338	97	77	<b>512</b>	+/-4,31%
<b>TOTALE</b>		<b>1.029</b>	<b>277</b>	<b>221</b>	<b>1.527</b>	<b>+/-2,50%</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**

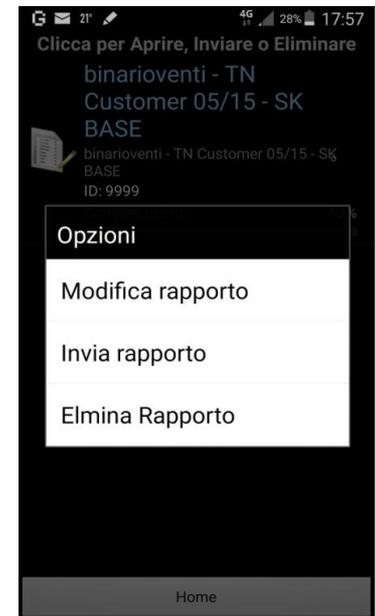
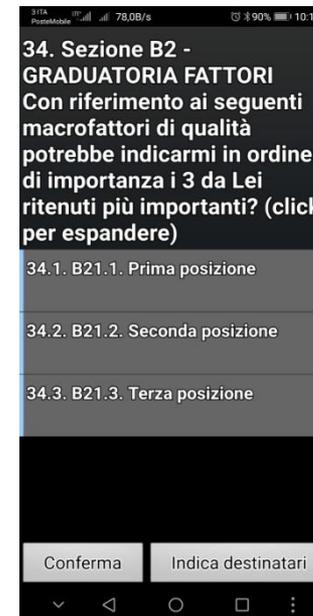
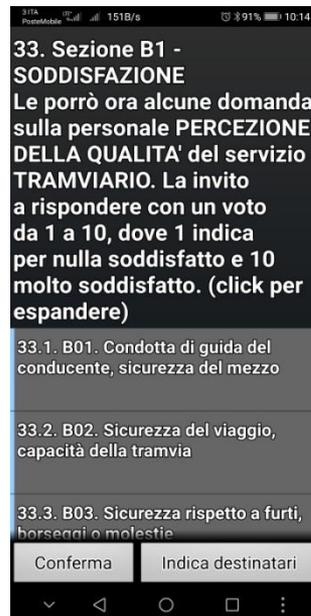
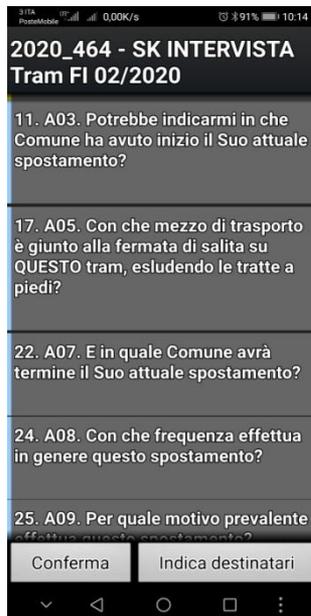
L'APP riproduce fedelmente, in formato CAPI/CAMI, la scheda cartacea di indagine, supportando e guidando il rilevatore in tutte le fasi di survey, applicando i filtri logici necessari in funzione delle risposte fornite

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

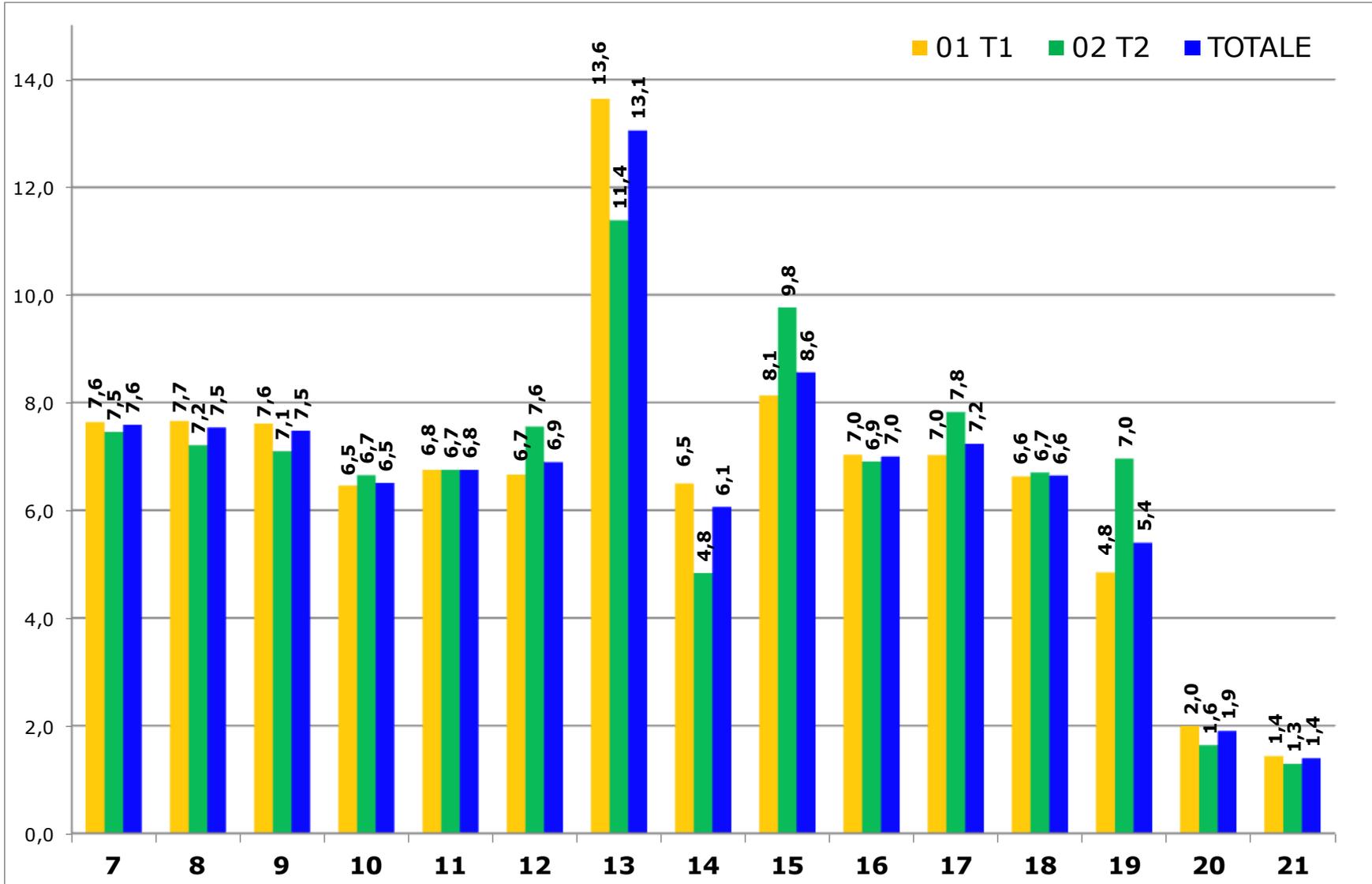
Infine, non essendo necessaria la conseguente fase di data entry, l'impiego dell'app consente di **poter garantire** alla Committenza **tempi di restituzione certi e inferiori** rispetto all'utilizzo del classico supporto cartaceo





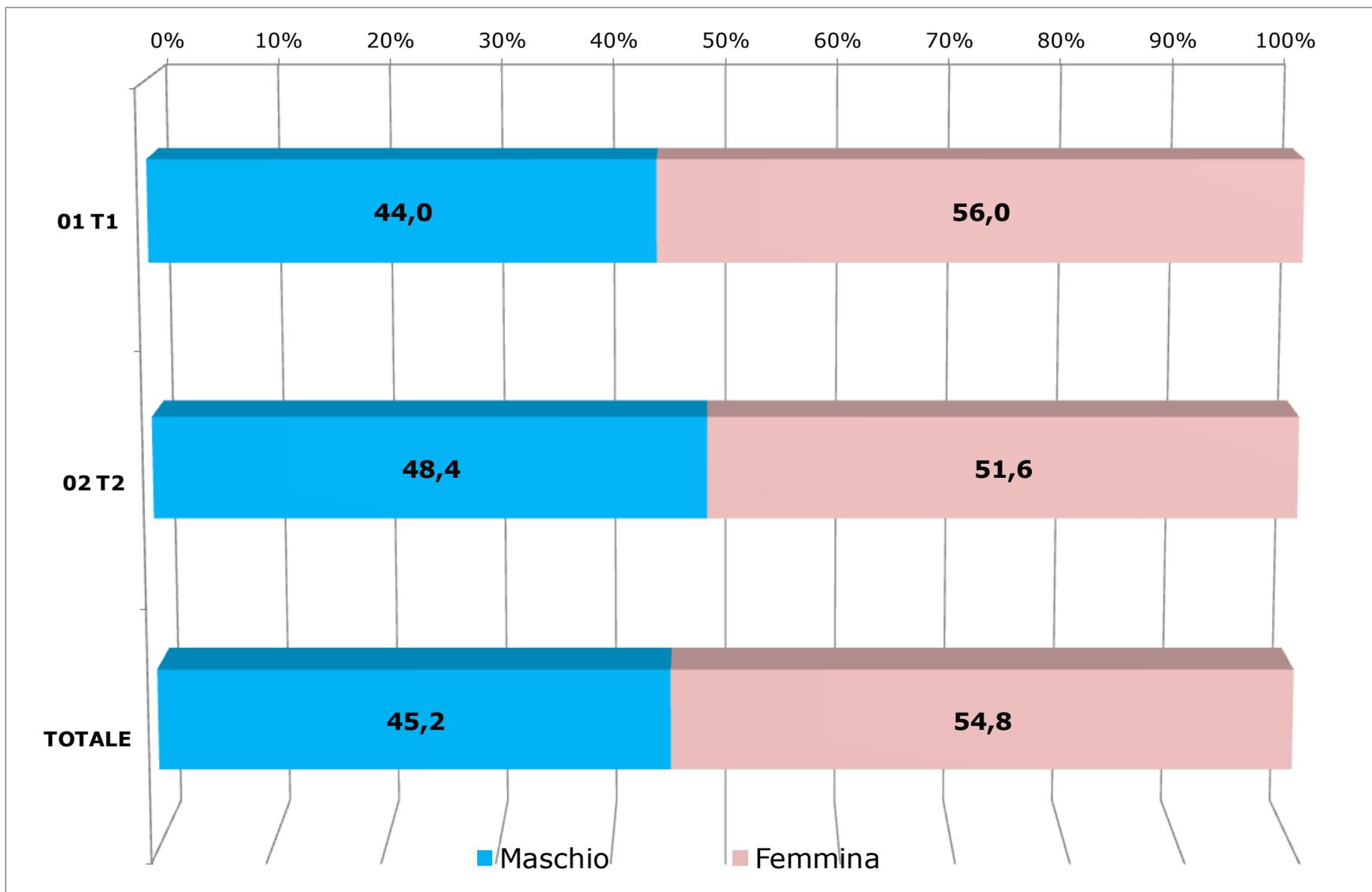
## **PARTE 2 IL PROFILO DEL CAMPIONE**

**Orari intervista (%)**



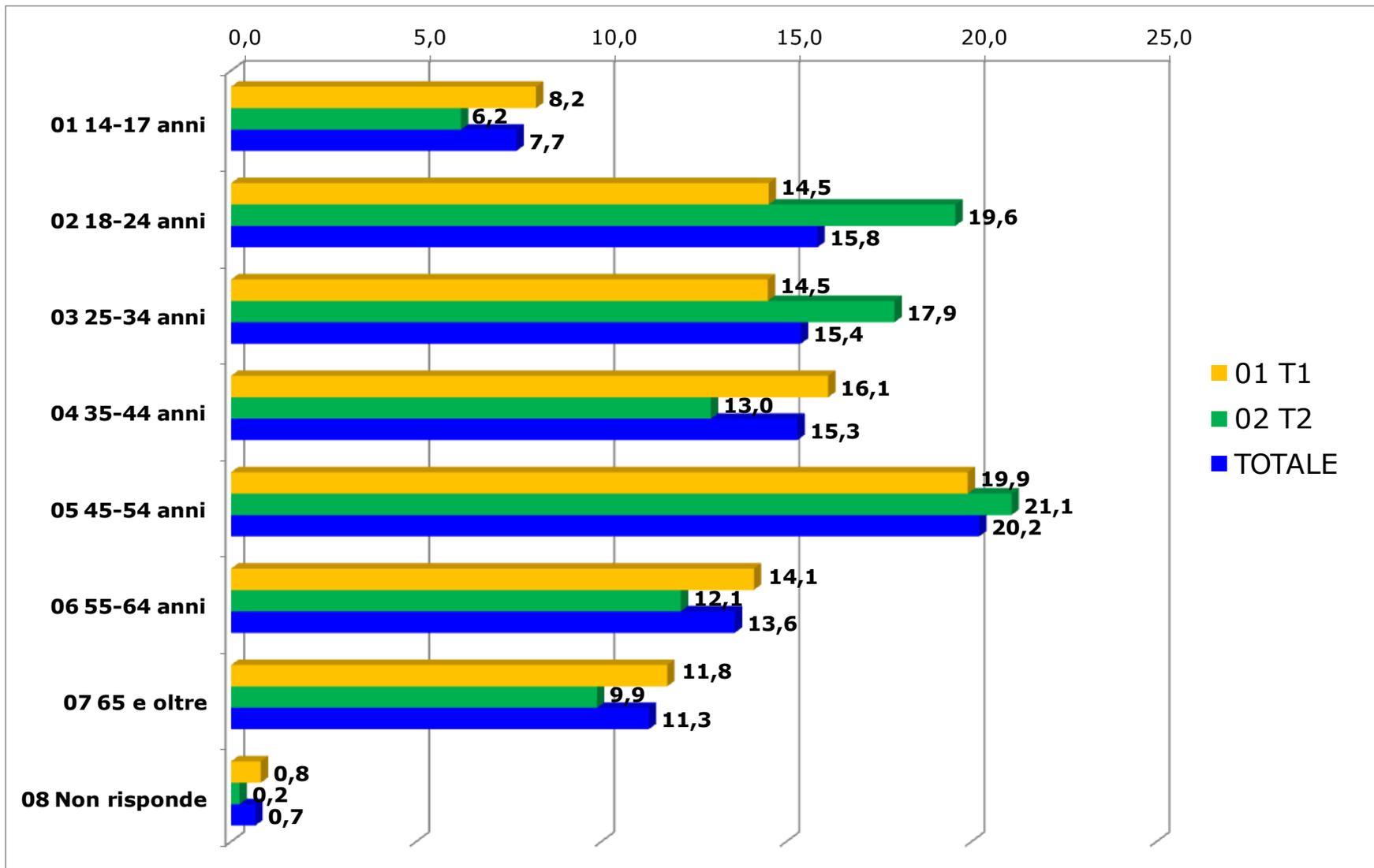
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Genere (%)**



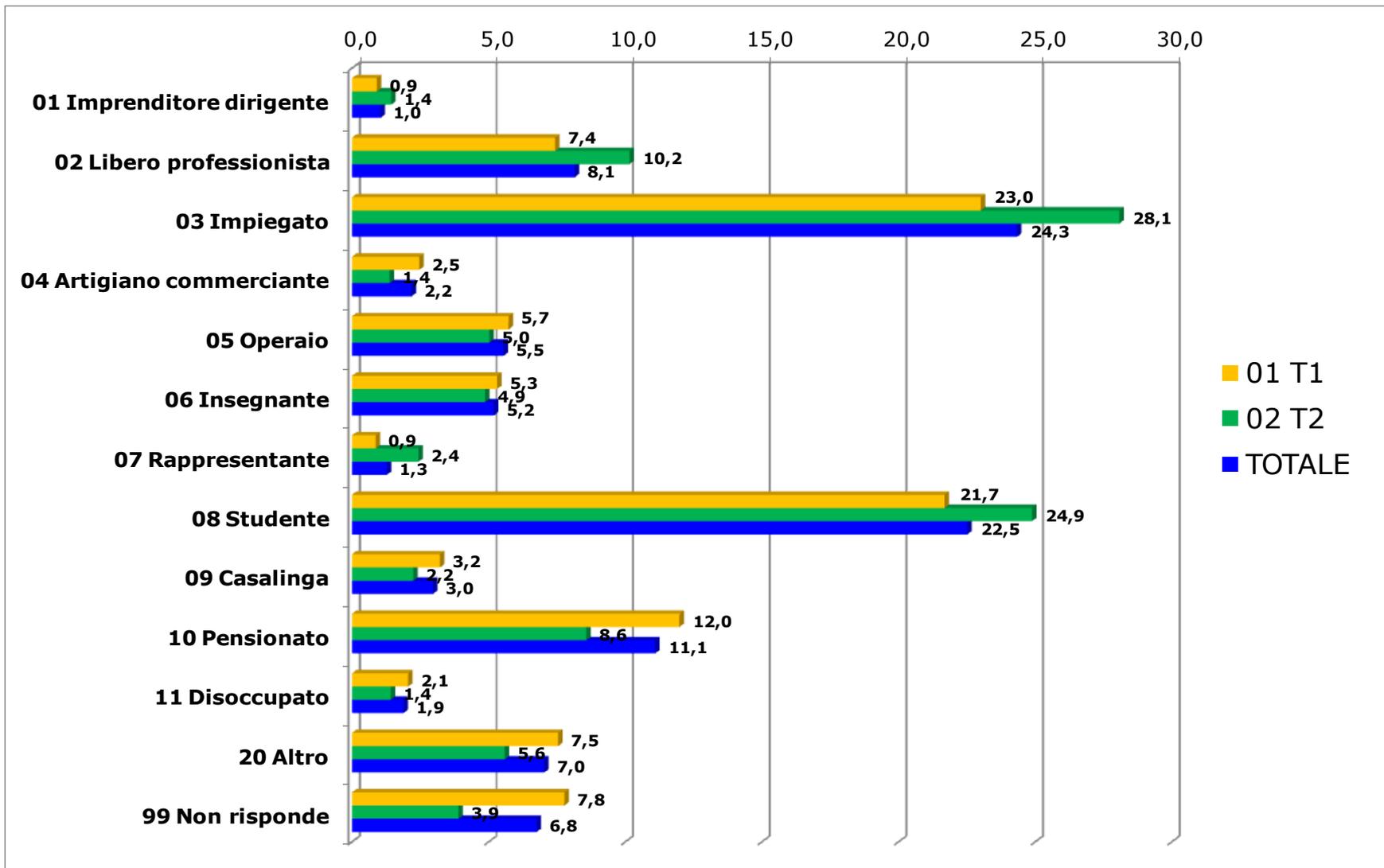
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Età (%)**

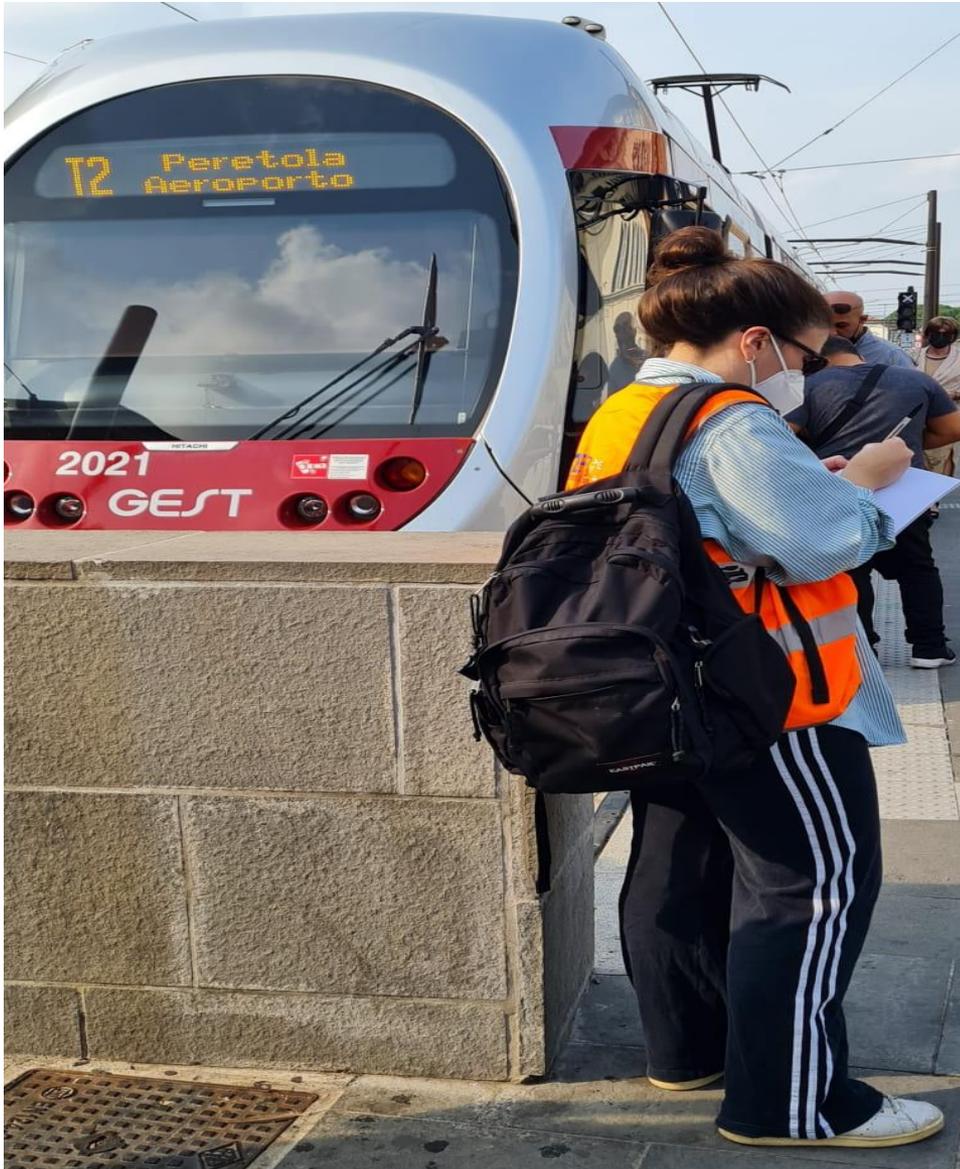


Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Professione (%)

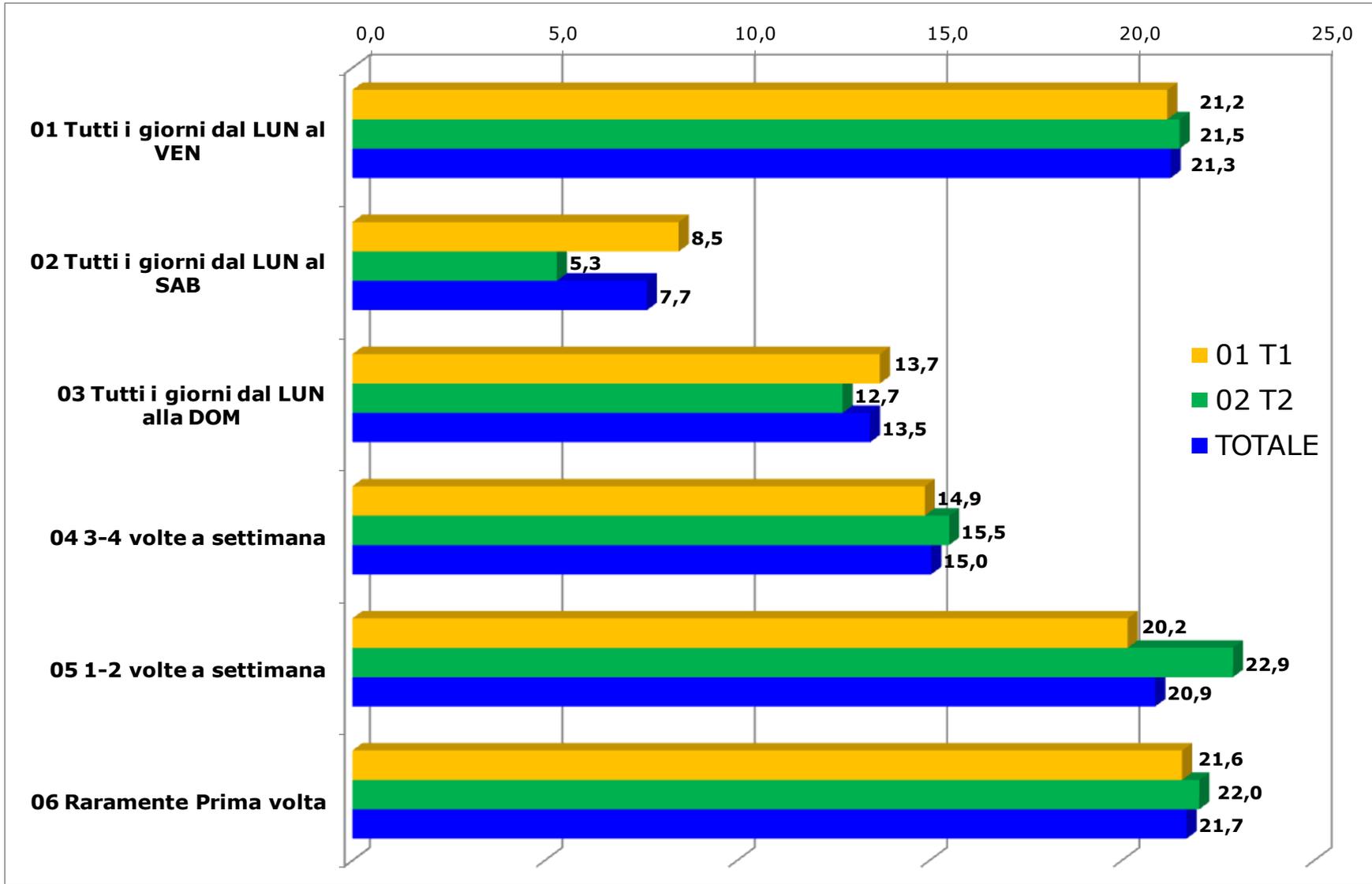


Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo



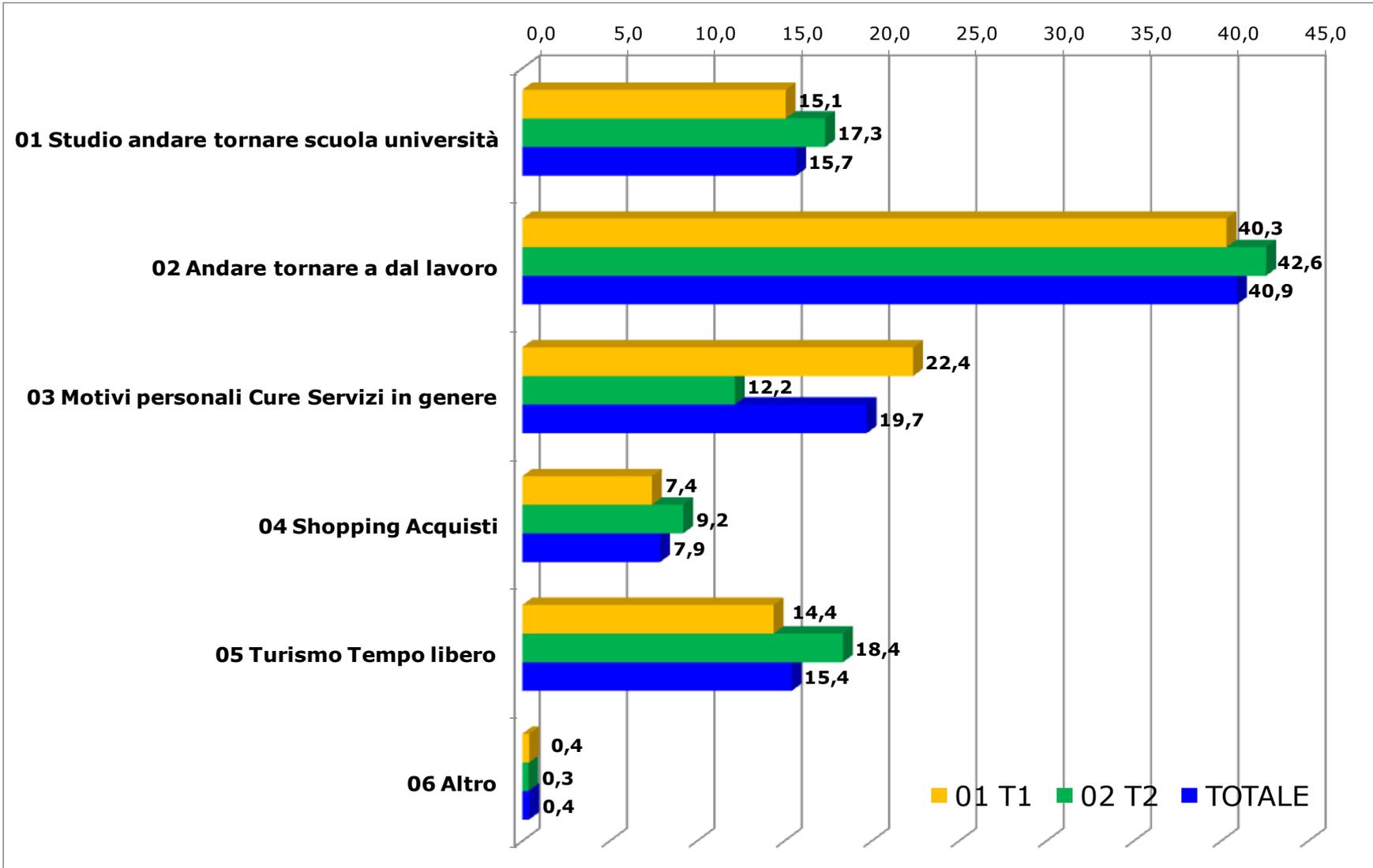
## **PARTE 3 CARATTERISTICHE DEGLI SPOSTAMENTI**

**Frequenza spostamento (%)**



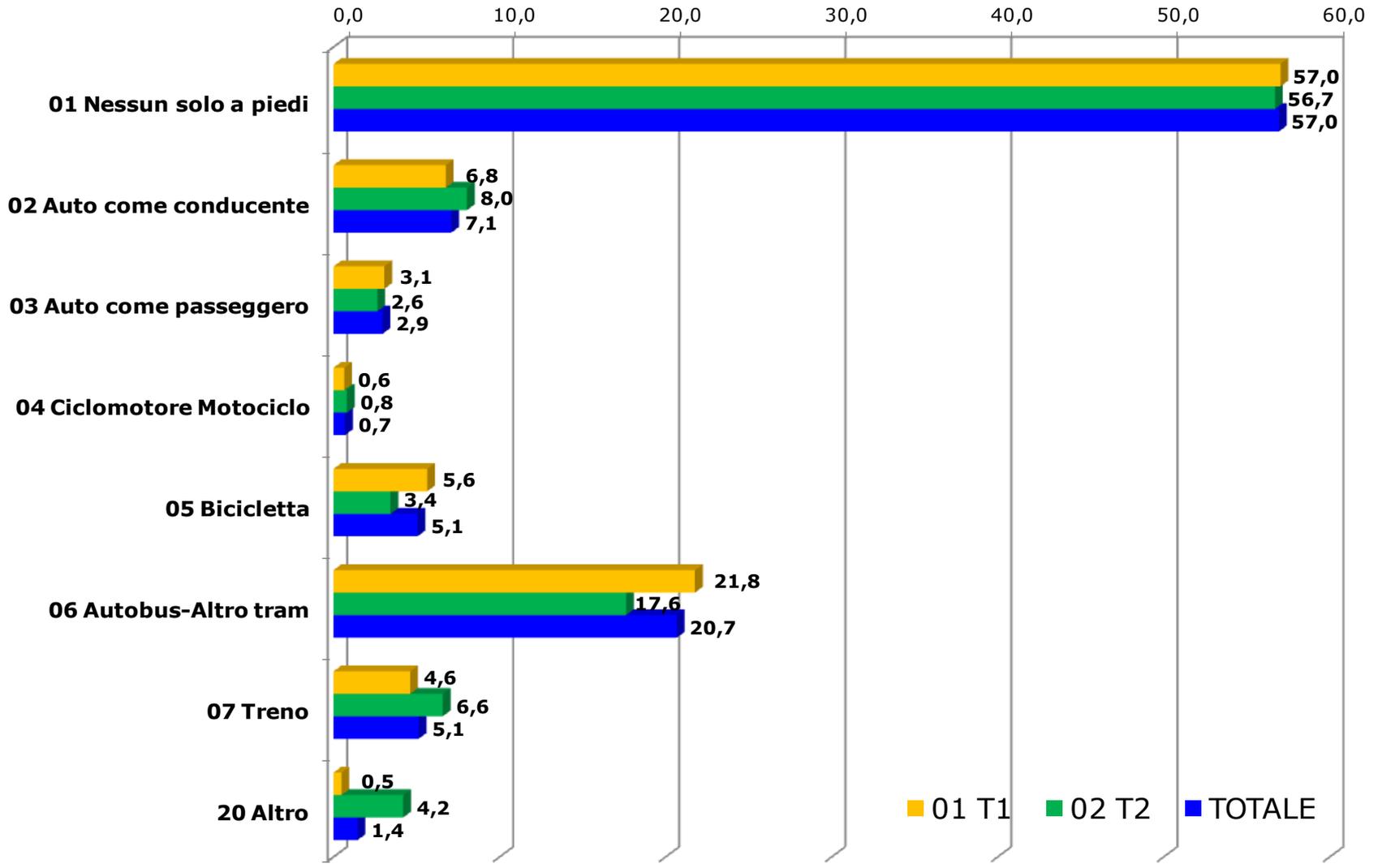
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Motivo spostamento (%)



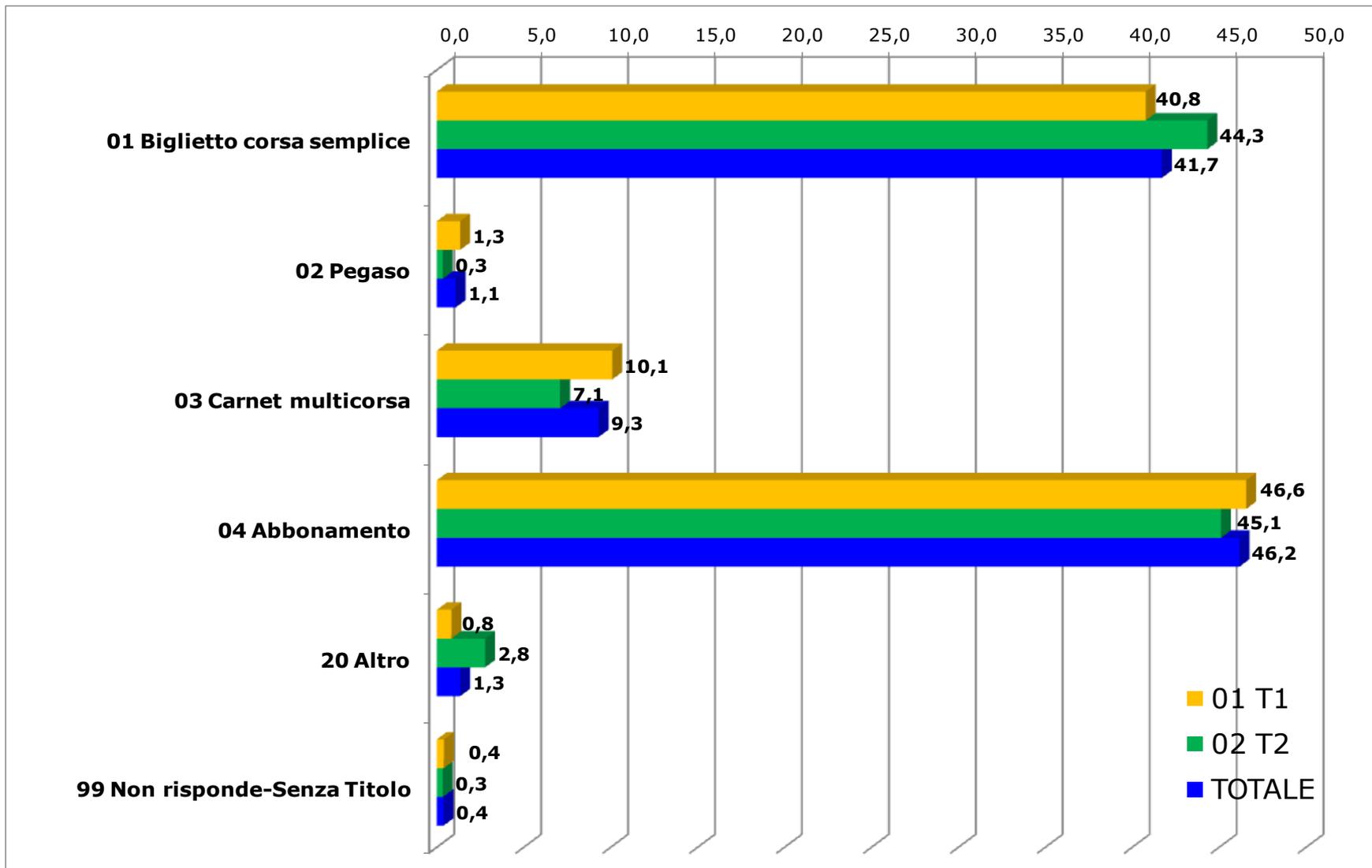
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

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



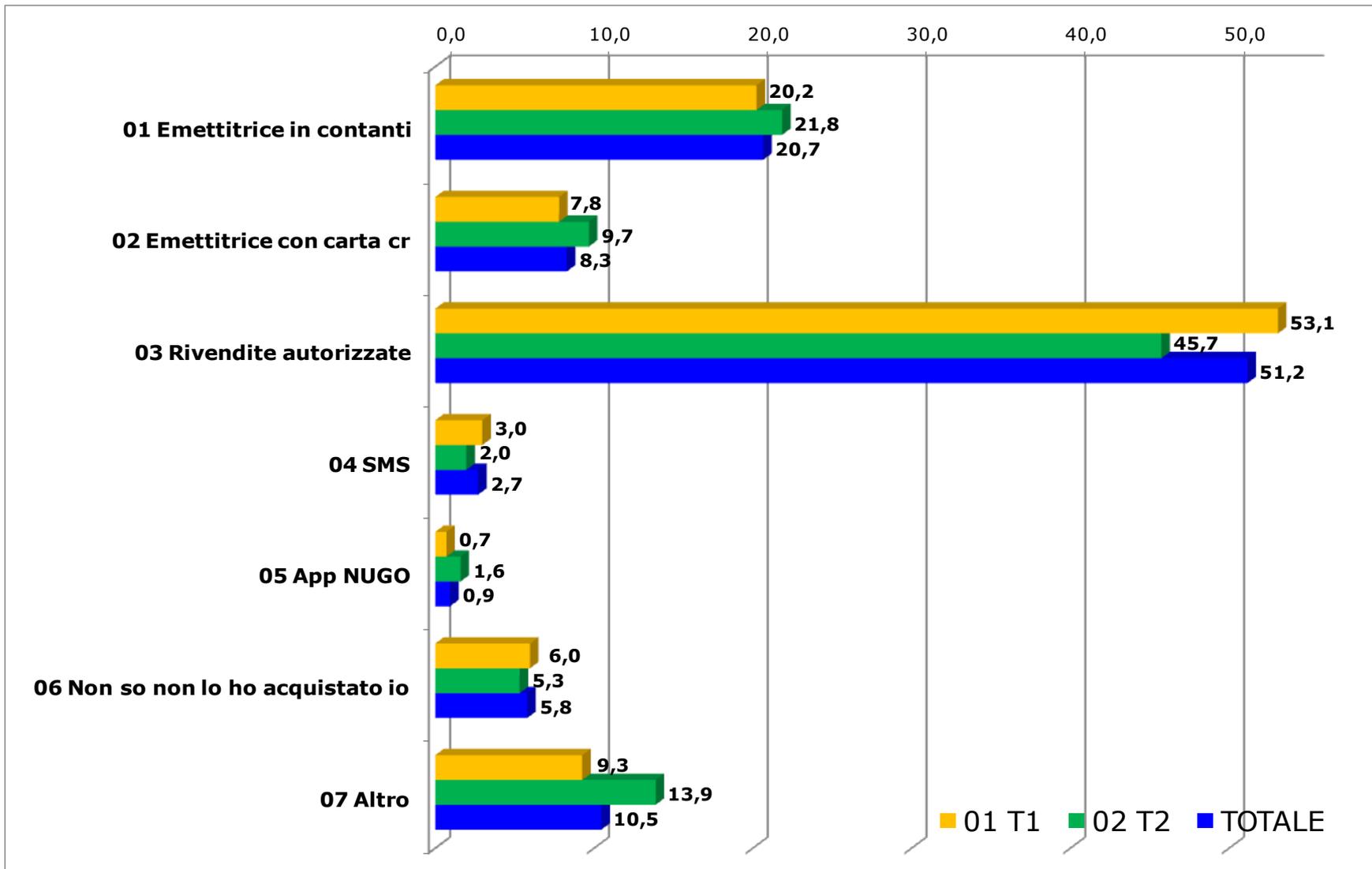
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Titolo di viaggio utilizzato (%)**



Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

**Luogo acquisto del titolo di viaggio utilizzato (%)**



Base: 1.527 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	293.814	79,8
Scandicci	FI	40.793	11,1
Sesto fiorentino	FI	4.269	1,2
Pisa	PI	1.990	0,5
Prato	PO	1.881	0,5
Bologna	BO	1.768	0,5
Arezzo	AR	1.479	0,4
Siena	SI	1.374	0,4
Roma	RM	1.370	0,4
Lastra a Signa	FI	1.370	0,4
<i>ALTRI COMUNI</i>		17.894	4,9
<b>TOTALE</b>		<b>368.000</b>	<b>100,0</b>

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

COMUNE FINE SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	302.212	82,1
Scandicci	FI	36.064	9,8
Pontassieve	FI	2.388	0,6
Milano	MI	2.388	0,6
Sesto Fiorentino	FI	1.990	0,5
Roma	RM	1.877	0,5
Bologna	BO	1.663	0,5
Campi Bisenzio	FI	1.194	0,3
Lastra a Signa	FI	1.194	0,3
Napoli	NA	1.081	0,3
<i>ALTRI COMUNI</i>		15.950	4,3
<b>TOTALE</b>		<b>368.000</b>	<b>100,0</b>

Base: 1.015 interviste ponderate universo

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

COMUNE INIZIO SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	110.597	85,1
Campi Bisenzio	FI	1.674	1,3
Prato	PO	1.533	1,2
Impruneta	FI	1.042	0,8
Pistoia	PT	800	0,6
Sesto fiorentino	FI	746	0,6
Scandicci	FI	746	0,6
Napoli	NA	746	0,6
Germania	EE	685	0,5
Pisa	PI	605	0,5
<i>ALTRI COMUNI</i>		<i>10.824</i>	<i>8,3</i>
<b>TOTALE</b>		<b>130.000</b>	<b>100,0</b>

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

COMUNE FINE SPOSTAMENTO	PR	Pax week Tipo	%
FIRENZE	FI	114.227	87,9
Campi Bisenzio	FI	1.634	1,3
Roma	RM	1.493	1,1
Empoli	FI	888	0,7
Scandicci	FI	888	0,7
Sesto Fiorentino	FI	888	0,7
Pisa	PI	746	0,6
Esterio	EE	592	0,5
Bologna	BO	491	0,4
Arezzo	AR	491	0,4
<i>ALTRI COMUNI</i>		<i>7.664</i>	<i>5,9</i>
<b>TOTALE</b>		<b>130.000</b>	<b>100,0</b>

Base: 512 interviste ponderate universo

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

	FERMATA DISCESA																					TOTALE			
	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	
<b>01 CAREGGI</b>		687	398	285		1.374	289	3.762	8.093	6.379	1.081		796	972	796	1.990	398	398	683		1.479	796	1.374	<b>32.026</b>	
<b>02 MORGAGNI</b>			398	398		683	398	1.483	5.240	1.592	285	398					398					398	796	<b>12.466</b>	
<b>03 DALMAZIA</b>				289	398	687	1.194	289	5.487	2.450	289	796	1.194	398	289		683		796		289		1.194	<b>16.720</b>	
<b>04 PISACANE</b>								398	1.768	289			398		398			796				289	289	<b>4.624</b>	
<b>05 LEOPOLDO</b>					398	398	687	1.194	2.052	1.763	796			285	285		398			683	398		398	<b>9.734</b>	
<b>06 MURATORI</b>						398		398	2.275	285	687	796		683	398	683	289		398					967	<b>8.256</b>
<b>07 STATUTO</b>									1.592	1.374	687	1.085	796		285		972			398	796			972	<b>8.955</b>
<b>08 STROZZI</b>									796	1.085	398	289	398	398	398		1.081	398	796		574		796	<b>7.406</b>	
<b>09 FORTEZZA</b>										398		398	398		972		1.370	398	796	398	687	398	398	<b>6.610</b>	
<b>10 VALFONDA</b>											1.483	289	285	796		1.650	1.772	285	1.877	398	4.842	1.085	2.275	<b>17.035</b>	
<b>11 ALAMANNI</b>											1.370	1.592	976	1.370	1.479	2.056	2.844	1.772	4.038	1.081	7.284	1.834	3.535	<b>31.229</b>	
<b>12 LEOPOLDA</b>														398	683	687	1.260	687	1.592		1.990	976	398	<b>8.670</b>	
<b>13 CASCINE</b>																398	289					398	683	<b>1.768</b>	
<b>14 PAOLO UCCELLO</b>																	687	1.081		687	398	796		<b>3.648</b>	
<b>15 SANSOVINO</b>																	398		398					<b>1.479</b>	
<b>16 BATONI</b>																		1.194			796		285	<b>2.275</b>	
<b>17 TALENTI</b>																				398	398			<b>796</b>	
<b>18 FEDERIGA</b>																				285	1.085	687	1.085	<b>3.141</b>	
<b>19 ARCIPRESSI</b>																					289		398	<b>687</b>	
<b>20 NENNI TORREGALLI</b>																					796		398	<b>1.194</b>	
<b>21 ALDO MORO</b>																								<b>0</b>	
<b>22 RESISTENZA</b>																						289		<b>289</b>	
<b>23 DE ANDRE</b>																								<b>0</b>	
<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>687</b>	<b>796</b>	<b>972</b>	<b>796</b>	<b>3.539</b>	<b>2.568</b>	<b>7.523</b>	<b>27.302</b>	<b>15.615</b>	<b>7.074</b>	<b>5.642</b>	<b>5.240</b>	<b>5.298</b>	<b>5.981</b>	<b>8.151</b>	<b>14.425</b>	<b>4.733</b>	<b>12.345</b>	<b>3.355</b>	<b>22.782</b>	<b>7.656</b>	<b>16.528</b>	<b>179.009</b>	

Base: 495 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				398		289	398	398	796	796	398	796	8.151	2.279	398	289	683	796	683	285	289	1.194	1.085	<b>20.399</b>	
02 DE ANDRE		398			398	972	398				289	683	4.436	1.081	398	398							398	<b>9.848</b>	
03 RESISTENZA			398	289		1.479	796		1.881	1.479	687	2.166	4.905	3.246	1.549				398	398			578	687	<b>20.934</b>
04 ALDO MORO						398		398				796	972	398					796					398	<b>4.155</b>
05 NENNI TORREGALLI					398	687	398			289		687	5.463	1.663	1.081	398	285				687	687	1.592		<b>14.313</b>
06 ARCIPRESSI													1.768	796	398			796	687	398	687				<b>5.529</b>
07 FEDERIGA								289	398		398	2.388	2.966	1.658	398	398	398							1.483	<b>10.773</b>
08 TALENTI												1.085	3.937	1.370	796	972			398	398			796	2.677	<b>12.428</b>
09 BATONI											289		2.170	1.939	289		574				289			1.483	<b>7.316</b>
10 SANSOVINO													1.768	972				398		398	398	398	1.374		<b>5.307</b>
11 PAOLO UCCELLO												398	1.260	796	796			398	398		972	398	1.194		<b>6.610</b>
12 CASCINE																		285					1.085	398	<b>1.768</b>
13 LEOPOLDA													398	796	398		289	285	1.081	1.081	687	398	863		<b>6.274</b>
14 ALAMANNI															683	796	1.663	1.081	3.020	2.388	3.648	3.871	4.662		<b>21.811</b>
15 VALFONDA															1.085	398	1.194	1.194	2.052	1.658	3.246	4.951	5.353		<b>21.132</b>
16 FORTEZZA																	398	398	1.081	1.085	687	1.592	2.166		<b>7.406</b>
17 STROZZI																			398		683			796	<b>1.877</b>
18 STATUTO																			285		1.479	398	1.654		<b>3.816</b>
19 MURATORI																						687	1.194		<b>1.881</b>
20 LEOPOLDO																					976	1.881	1.877		<b>4.733</b>
21 POGGETTO																					285	398			<b>683</b>
22 VITTORIO EMANUELE																									<b>0</b>
23 MORGAGNI																									<b>0</b>
<b>TOTALE</b>	<b>0</b>	<b>398</b>	<b>398</b>	<b>687</b>	<b>796</b>	<b>3.824</b>	<b>1.990</b>	<b>1.085</b>	<b>3.075</b>	<b>2.563</b>	<b>2.061</b>	<b>8.998</b>	<b>38.192</b>	<b>16.993</b>	<b>8.268</b>	<b>3.648</b>	<b>5.482</b>	<b>5.630</b>	<b>11.560</b>	<b>8.088</b>	<b>15.011</b>	<b>18.913</b>	<b>31.332</b>	<b>188.991</b>	

Base: 520 interviste ponderate universo

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

OD FERMATA SALITA/ FERMATA DISCESA		FERMATA DISCESA											TOTALE	
		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					787	296	491		888		4.948	2.474	9.883
	02 GUIDONI			296		592		296	746		450	2.709	6.239	11.328
	03 PALAZZI ROSSI					1.183	450	296	296		296	1.997	3.476	7.994
	04 TORRE DEGLI AGLI						309					2.279	4.646	7.235
	05 REGIONE TOSCANA					296	491	888		296	195	3.409	1.149	6.723
	06 SAN DONATO						296	296		349	888	4.484	4.908	11.221
	07 BUONSIGNORI							155			605	1.829	2.522	5.110
	08 PONTE ALLASSE									296		1.237	592	2.125
	09 REDI											296	155	450
	10 BELFIORE											296	1.338	1.634
	11 ROSSELLI											155	195	349
	12 ALAMANNI													0
<b>TOTALE</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>296</b>	<b>0</b>	<b>2.858</b>	<b>1.842</b>	<b>2.420</b>	<b>1.042</b>	<b>1.829</b>	<b>2.434</b>	<b>23.638</b>	<b>27.693</b>	<b>64.052</b>

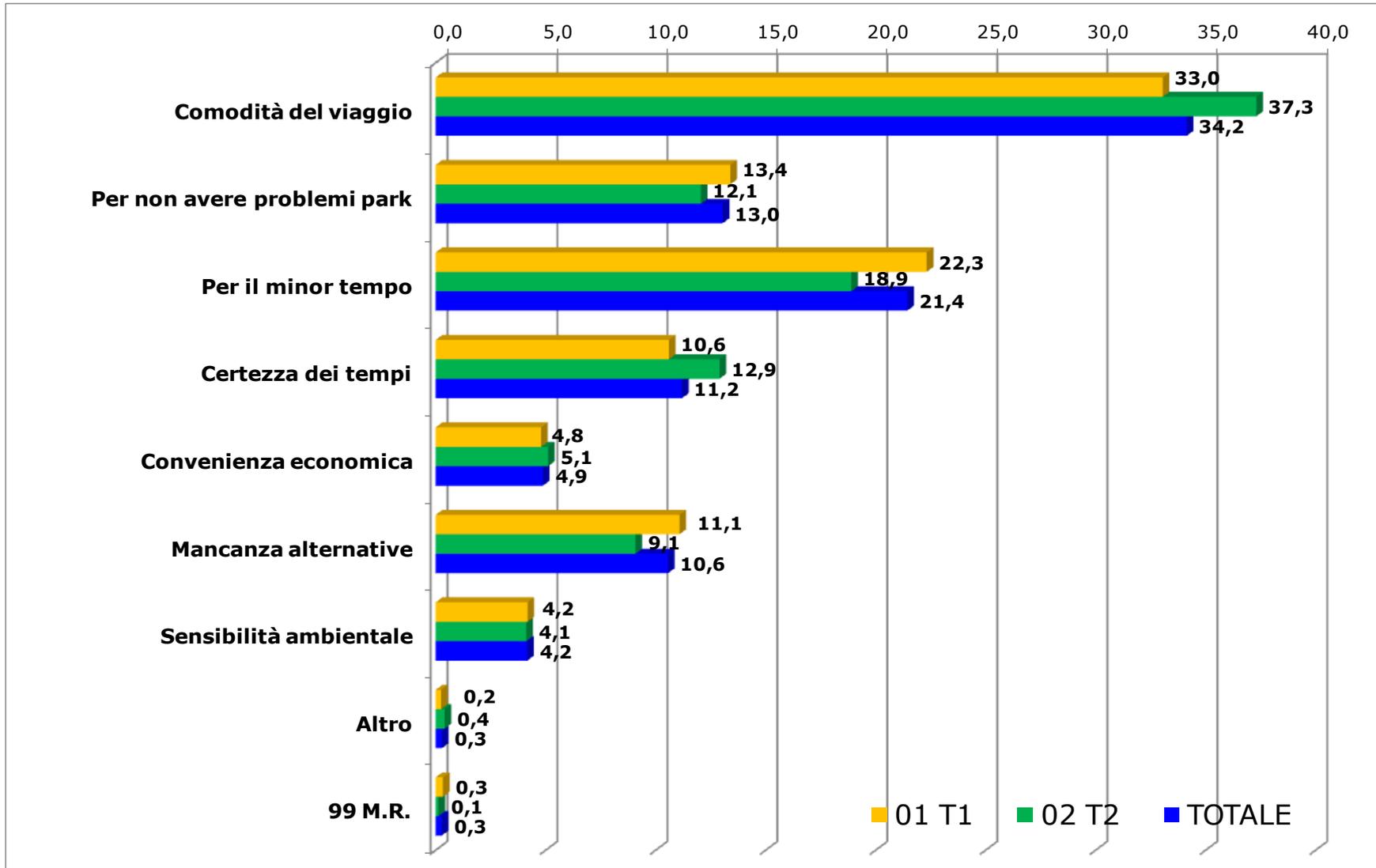
Base: 253 interviste ponderate universo

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

		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
<b>FERMATA SALITA</b>	<b>01 UNITA</b>	296		592		840	4.356	5.728	3.597	2.959	3.106	5.553	2.522	<b>29.548</b>
	<b>02 ALAMANNI</b>			349	888	2.125	2.016	5.204	2.226	2.319	1.445	4.209	1.775	<b>22.556</b>
	<b>03 ROSSELLI</b>							195		195			296	<b>685</b>
	<b>04 BELFIORE</b>					450	155	941	605	296	1.338	296	491	<b>4.572</b>
	<b>05 REDI</b>											296		<b>296</b>
	<b>06 PONTE ALLASSE</b>						296		349	491			296	<b>1.432</b>
	<b>07 BUONSIGNORI</b>								296	592	592		746	<b>2.226</b>
	<b>08 SAN DONATO</b>								155	296	1.493	746	155	<b>2.844</b>
	<b>09 REGIONE TOSCANA</b>											296	746	<b>1.042</b>
	<b>10 TORRE DEGLI AGLI</b>										296			<b>296</b>
	<b>11 PALAZZI ROSSI</b>												296	<b>296</b>
	<b>12 GUIDONI</b>												155	<b>155</b>
<b>TOTALE</b>		<b>296</b>	<b>0</b>	<b>941</b>	<b>888</b>	<b>3.415</b>	<b>6.823</b>	<b>12.068</b>	<b>7.227</b>	<b>7.147</b>	<b>8.270</b>	<b>11.396</b>	<b>7.477</b>	<b>65.948</b>

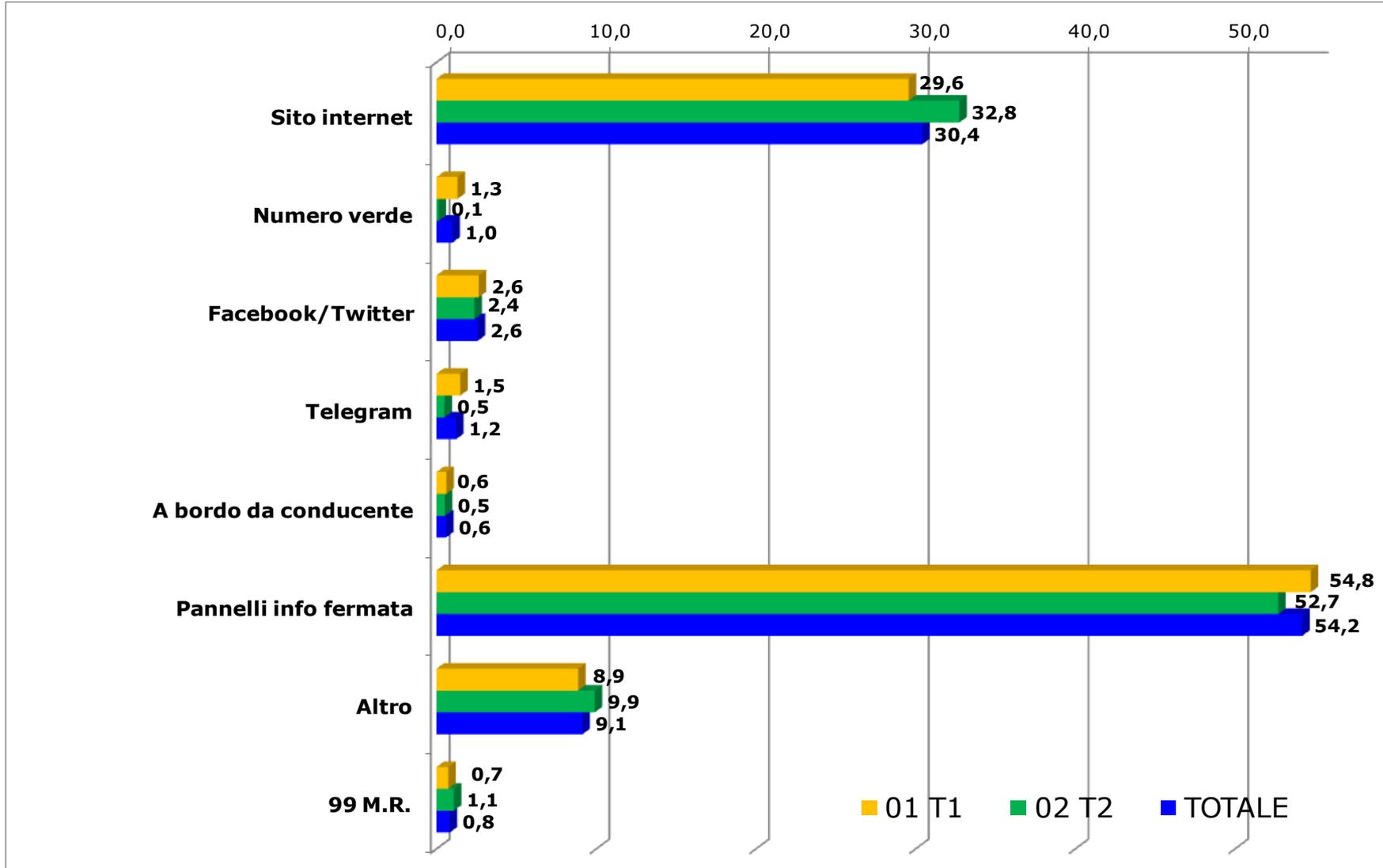
Base: 259 interviste ponderate universo

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



Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

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



Base: 1.527 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)**

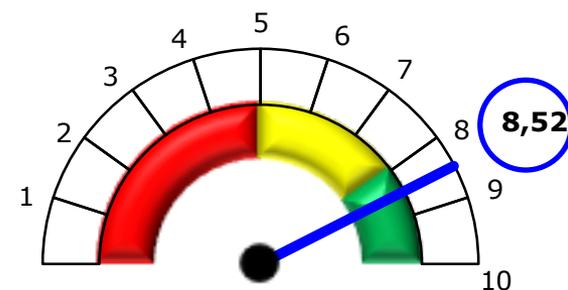
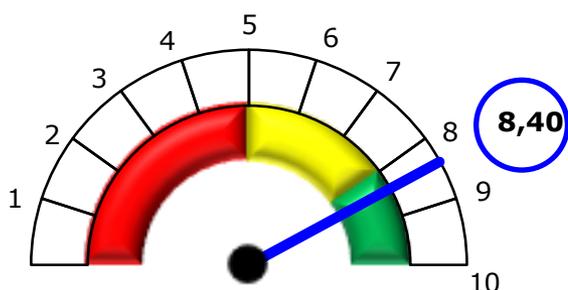
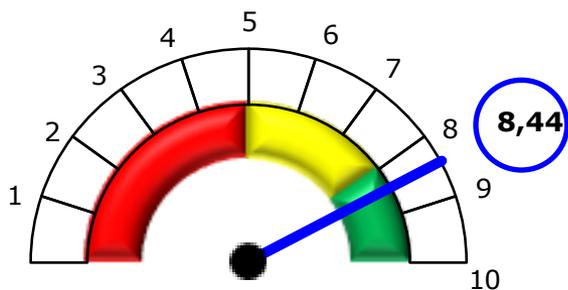
qualità percepita in sintesi

**Totale**

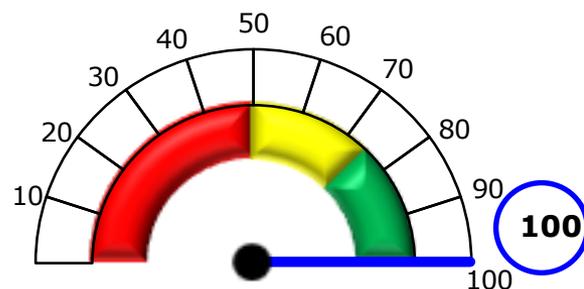
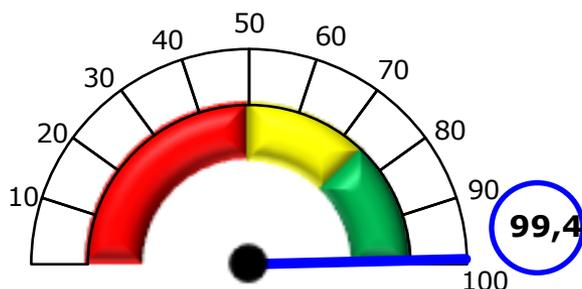
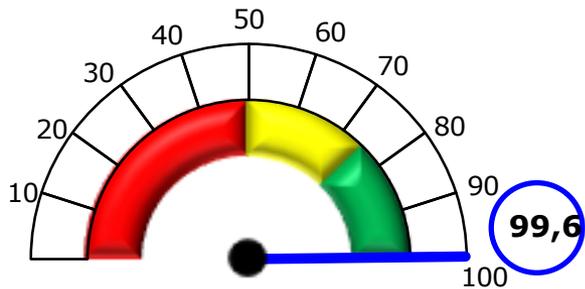
**Linea T1**

**Linea T2**

**Voto medio**

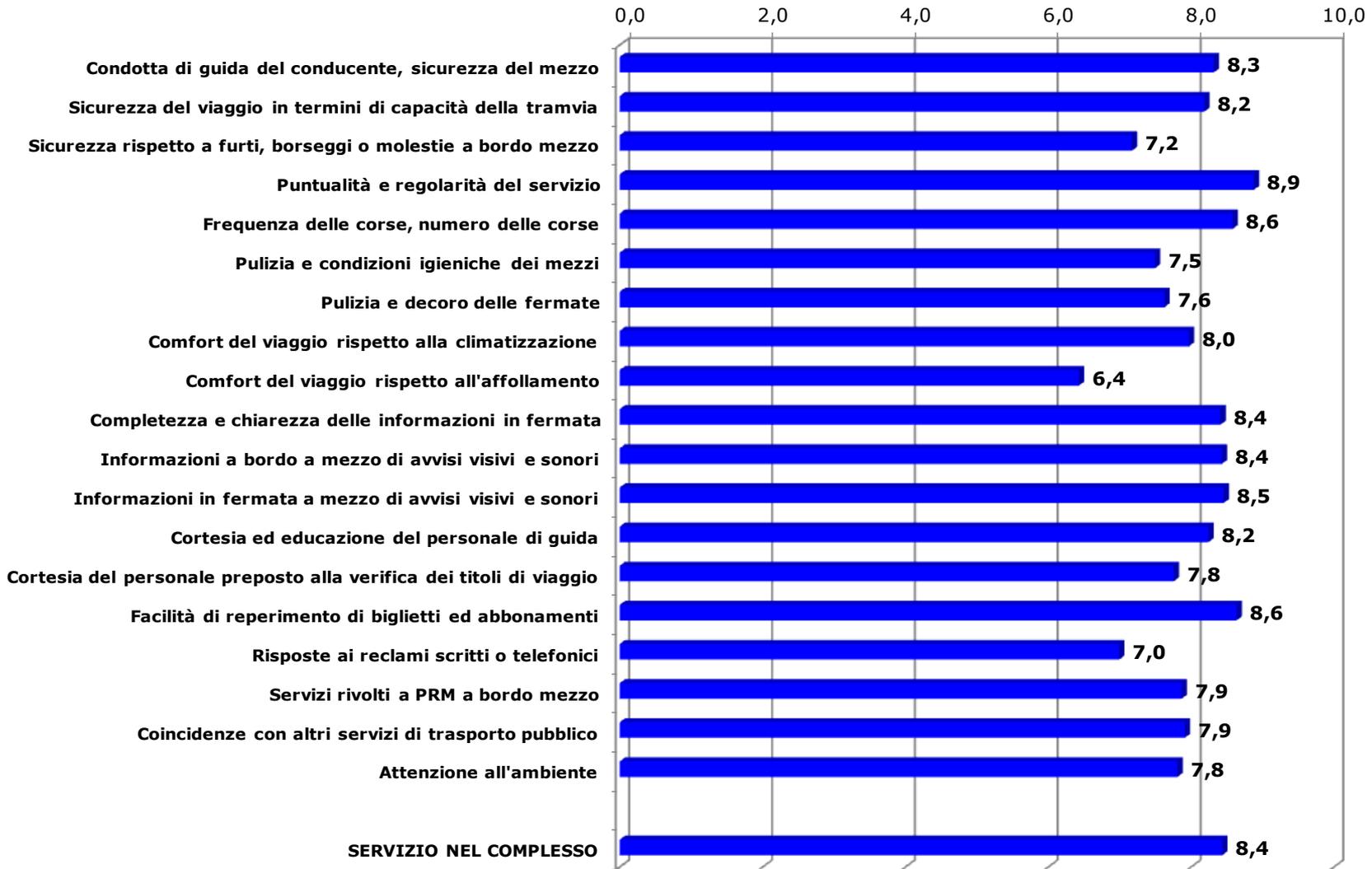


**% soddisfatti**



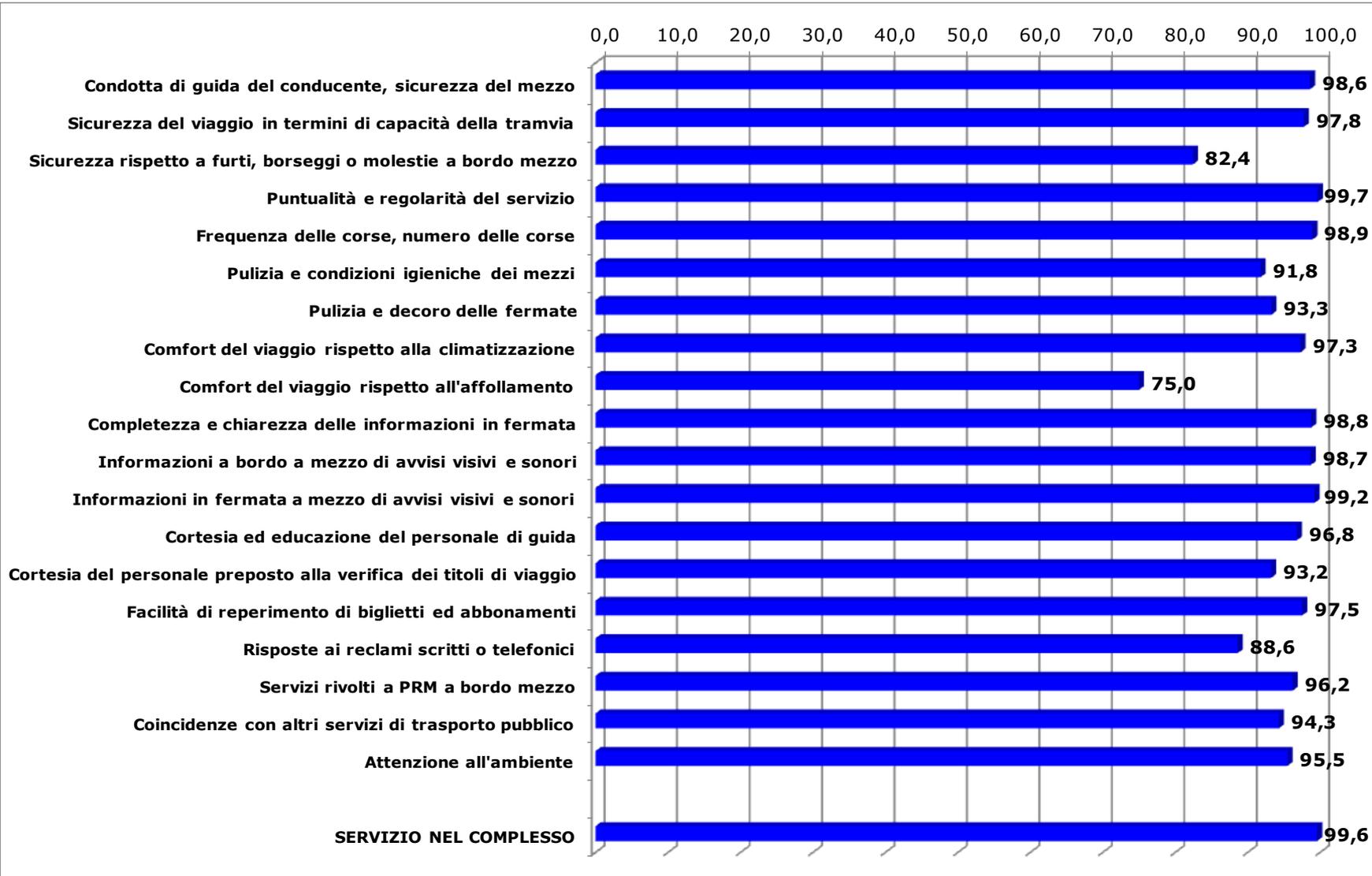
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

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



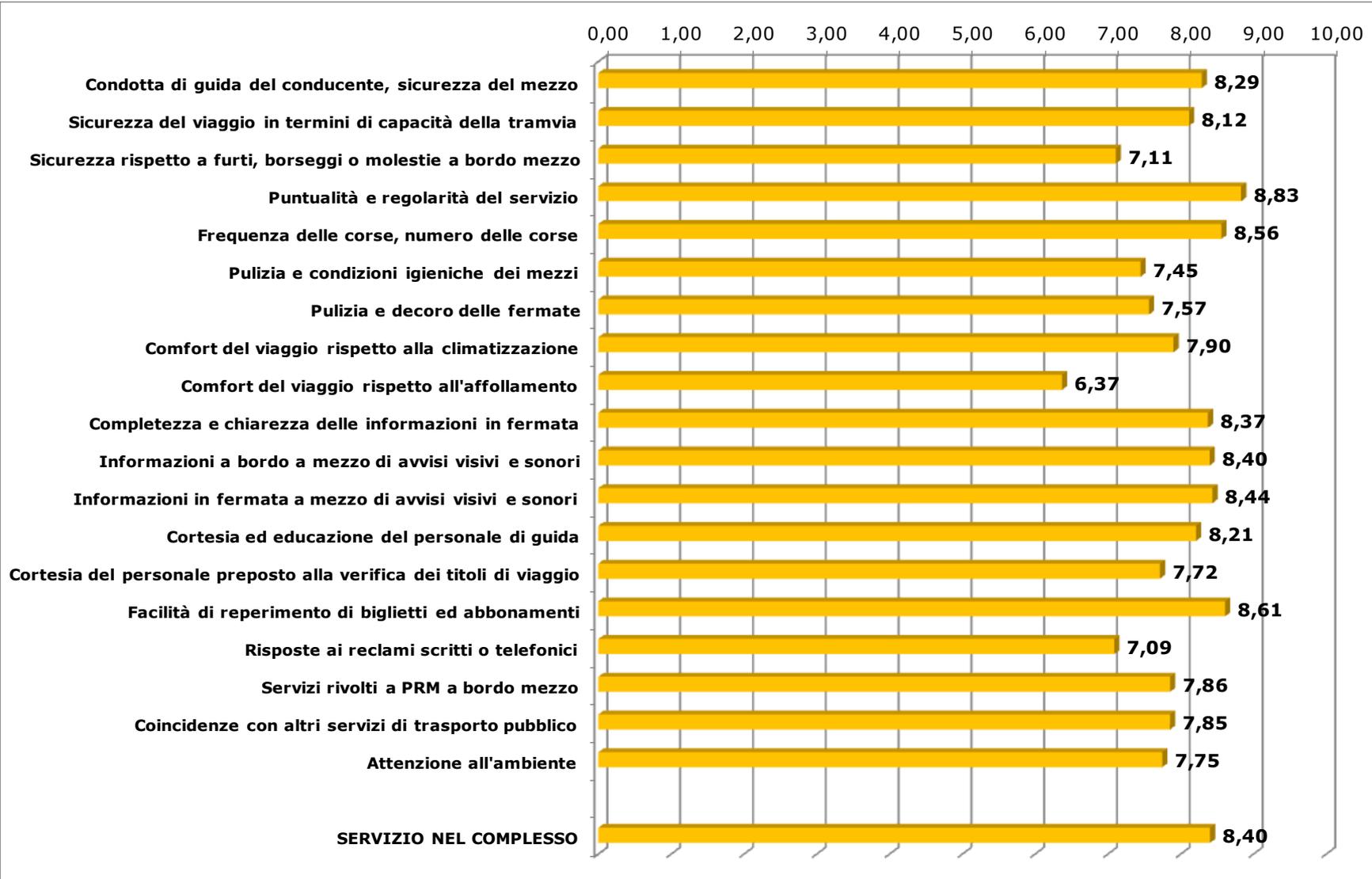
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

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



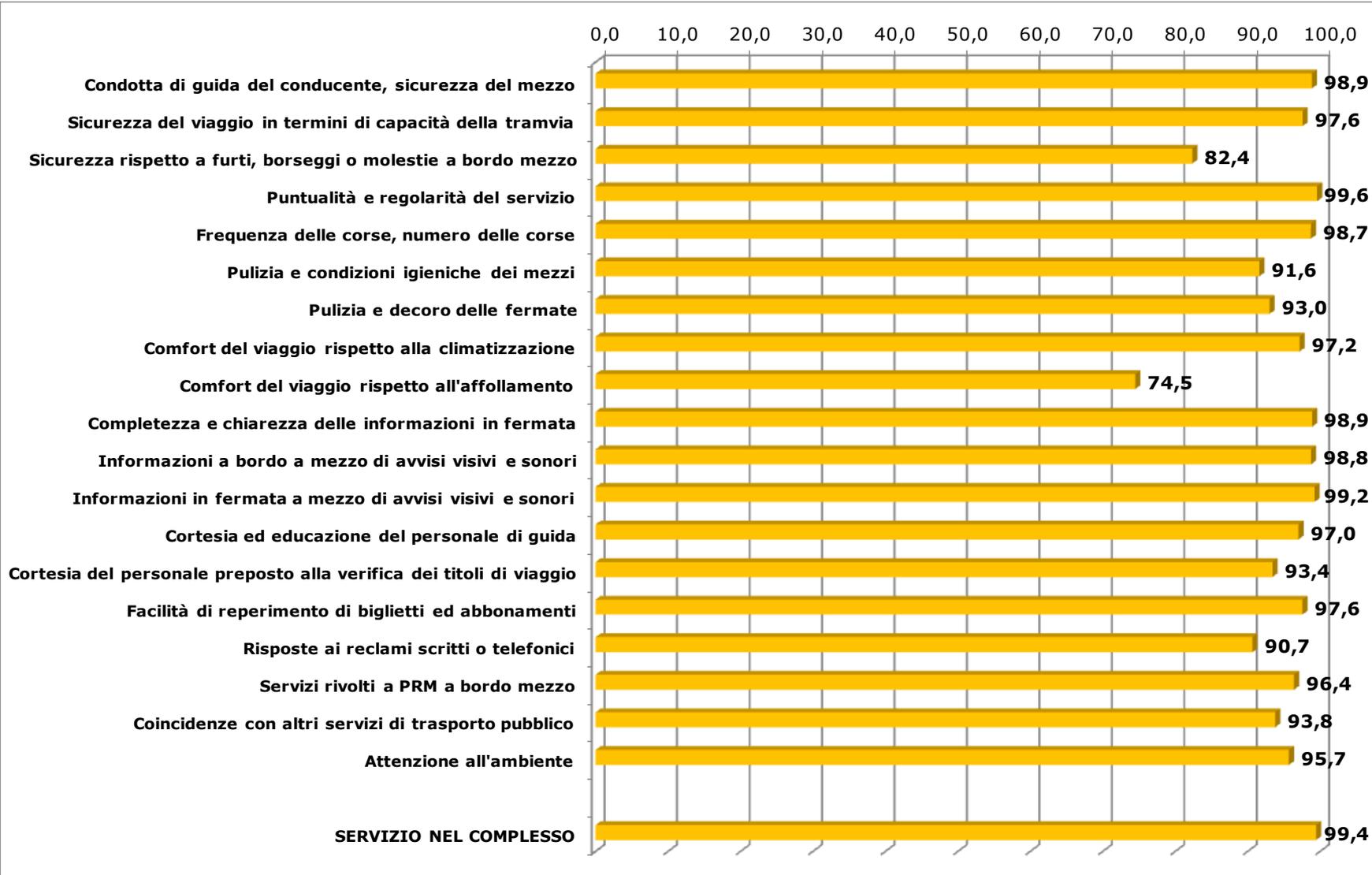
Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

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



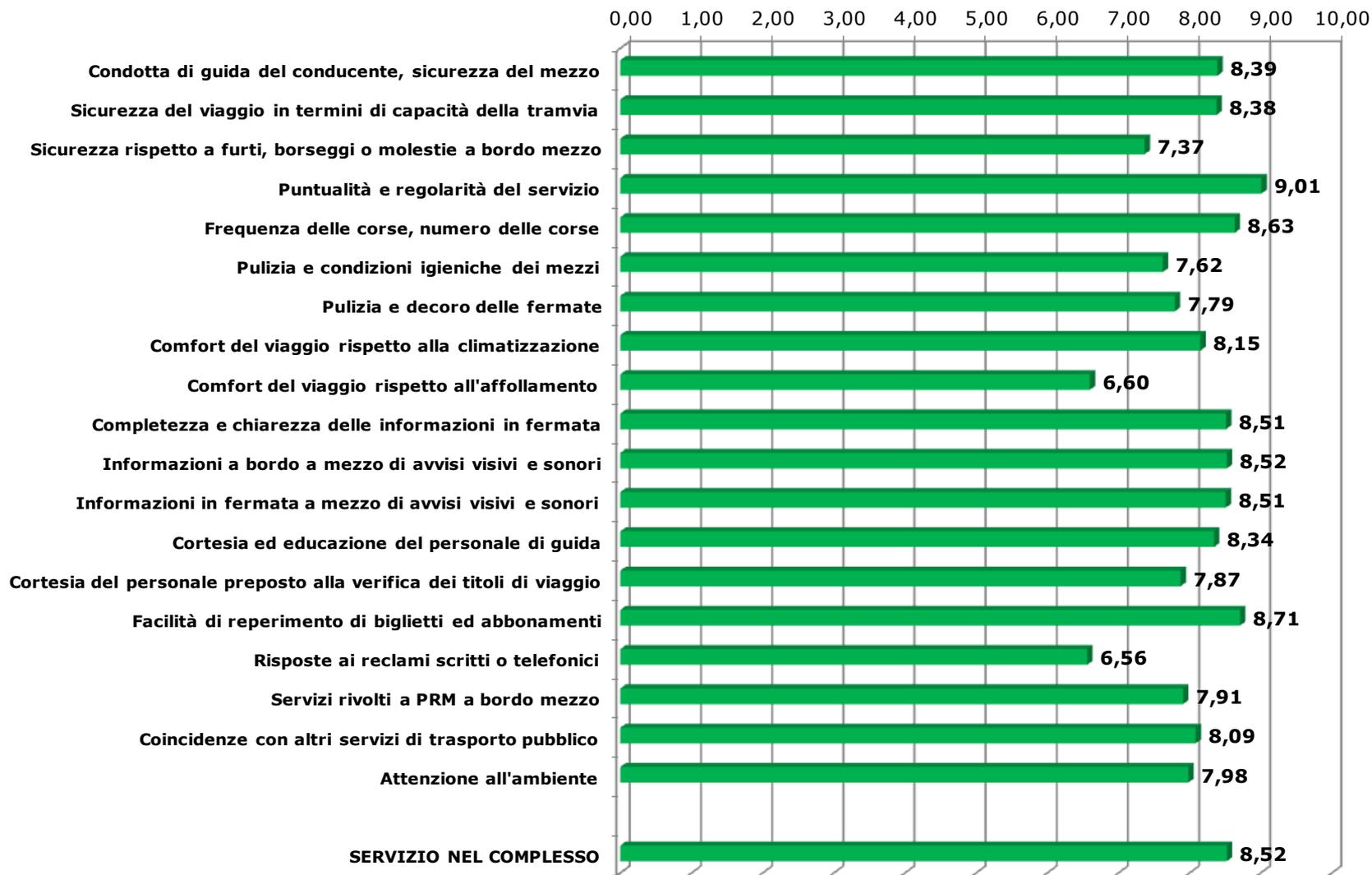
Base: 1.015 interviste ponderate universo

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



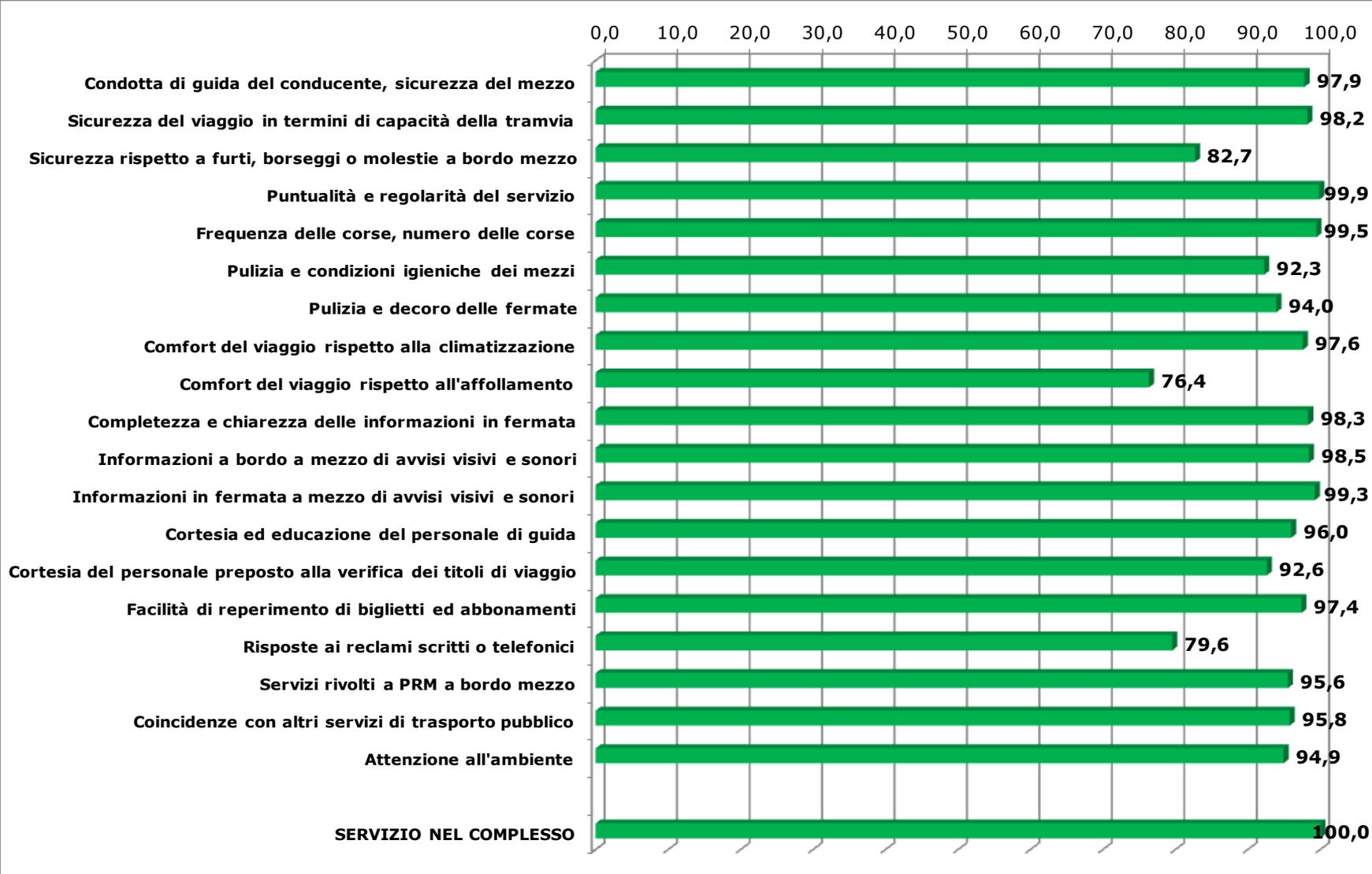
Base: 1.015 interviste ponderate universo

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



Base: 512 interviste ponderate universo

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



Base: 512 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	8,3	98,6	0,2	39,4
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	8,2	97,8	0,8	36,2
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	7,2	82,4	3,0	21,9
B04	Puntualità e regolarità del servizio	8,9	99,7	0,1	64,7
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	8,6	98,9	0,1	53,2
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	7,5	91,8	1,2	19,8
B07	Pulizia e decoro delle fermate	7,6	93,3	0,9	23,7
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	8,0	97,3	0,3	27,0
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	6,4	75,0	4,9	7,2
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	8,4	98,8	0,2	45,3
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,4	98,7	0,3	47,7
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,5	99,2	0,1	47,2
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	8,2	96,8	1,0	39,8
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	7,8	93,2	2,0	27,1
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	8,6	97,5	0,3	56,3
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	7,0	88,6	5,0	14,6
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	7,9	96,2	0,6	25,7
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	7,9	94,3	0,8	30,6
B19	Attenzione all'ambiente	7,8	95,5	0,6	25,9
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>8,4</b>	<b>99,6</b>	<b>0,1</b>	<b>44,5</b>

ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 9
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	8,29	98,9	0,2	38,2
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	8,12	97,6	1,1	34,1
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	7,11	82,4	2,7	19,7
B04	Puntualità e regolarità del servizio	8,83	99,6	0,1	62,4
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	8,56	98,7	0,2	52,5
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	7,45	91,6	1,3	18,1
B07	Pulizia e decoro delle fermate	7,57	93,0	1,1	21,6
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	7,90	97,2	0,3	24,3
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	6,37	74,5	5,0	6,6
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	8,37	98,9	0,2	43,2
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,40	98,8	0,2	45,7
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,44	99,2	0,1	45,8
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	8,21	97,0	1,2	38,5
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	7,72	93,4	2,2	26,0
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	8,61	97,6	0,3	55,5
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	7,09	90,7	3,8	14,3
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	7,86	96,4	0,8	25,6
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	7,85	93,8	0,7	29,1
B19	Attenzione all'ambiente	7,75	95,7	0,6	23,4
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>8,40</b>	<b>99,4</b>	<b>0,2</b>	<b>43,0</b>

ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 9
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	8,39	97,9	0,1	42,8
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	8,38	98,2	0,2	42,3
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	7,37	82,7	3,8	28,6
B04	Puntualità e regolarità del servizio	9,01	99,9	0,0	71,5
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	8,63	99,5	0,0	55,0
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	7,62	92,3	0,9	24,5
B07	Pulizia e decoro delle fermate	7,79	94,0	0,3	29,7
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	8,15	97,6	0,3	34,8
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	6,60	76,4	4,4	8,9
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	8,51	98,3	0,2	51,6
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,52	98,5	0,5	53,3
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	8,51	99,3	0,0	51,2
B13	Cortesia ed educazione del personale di guida	8,34	96,0	0,4	44,0
B14	Cortesia del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	7,87	92,6	1,4	30,0
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	8,71	97,4	0,2	58,4
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	6,56	79,6	10,1	15,7
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	7,91	95,6	0,0	25,7
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	8,09	95,8	1,1	34,9
B19	Attenzione all'ambiente	7,98	94,9	0,5	32,9
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>8,52</b>	<b>100,0</b>	<b>0,0</b>	<b>48,9</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** (2020 e 2019), entrambe condotte in periodo pre-pandemico

Per la linea T2 il confronto è limitato ad una sola annualità pregressa (2020) stante l'attivazione della linea nel 2019, in periodo successivo a quello di conduzione dell'indagine 2019

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  $\geq 6$

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

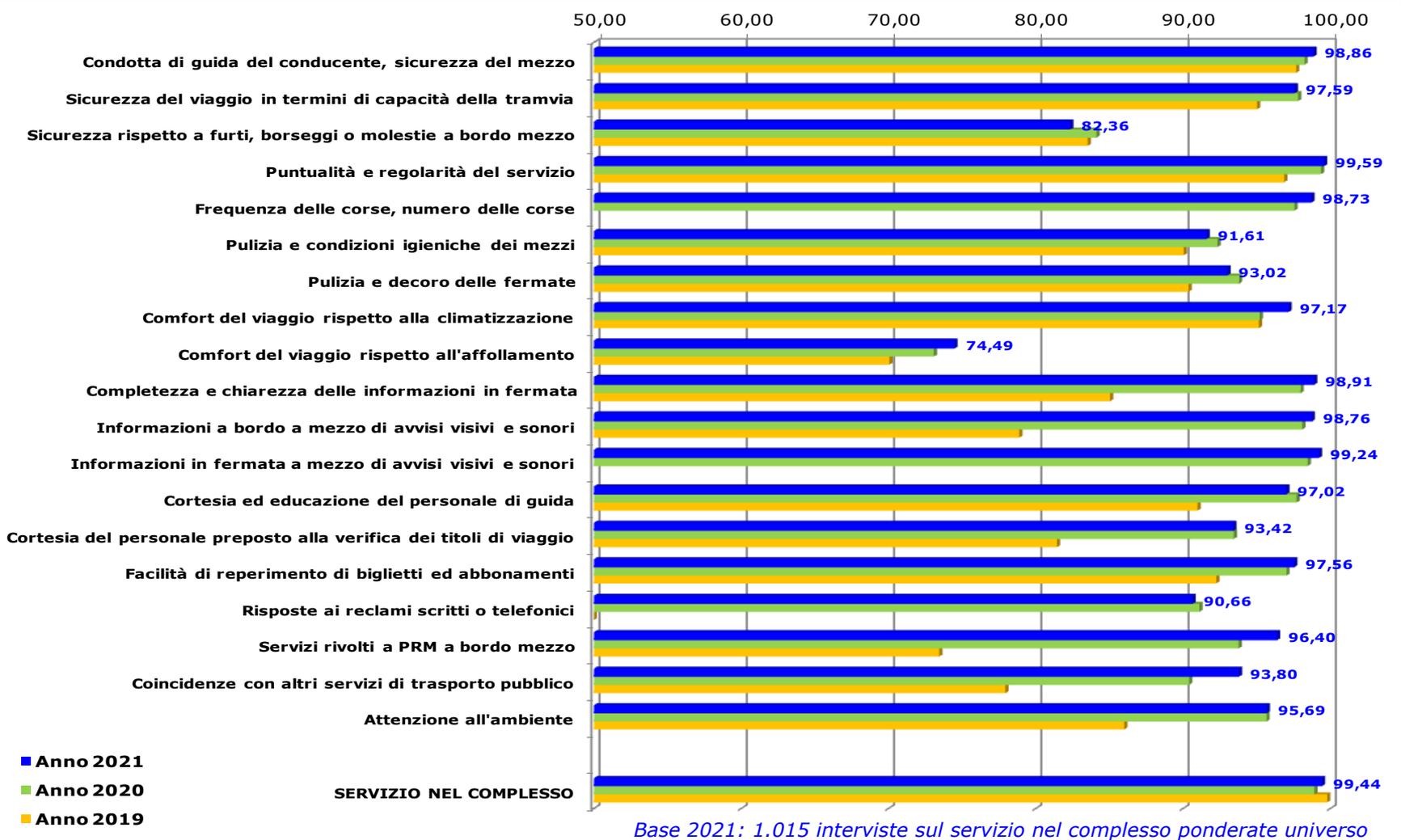
ID	Fattore qualità	Campagna 2021 % Soddisfatti v. ≥ 6		Campagna 2020 % Soddisfatti v. ≥ 6		Campagna 2019 % Soddisfatti v. ≥ 6
B01	Condotta di guida del conducente, sicurezza del mezzo	98,86	↑	98,26	↑	97,69
B02	Sicurezza del viaggio in termini di capacità della tramvia	97,59	→	97,82	↑	95,03
B03	Sicurezza rispetto a furti, borseggi o molestie a bordo mezzo	82,36	↓	84,13	↓	83,53
B04	Puntualità e regolarità del servizio	99,59	→	99,37	↑	96,88
B05	Frequenza delle corse, numero delle corse	98,73	↑	97,57		
B06	Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	91,61	↓	92,35	↑	90,06
B07	Pulizia e decoro delle fermate	93,02	↓	93,81	↑	90,39
B08	Comfort del viaggio rispetto alla climatizzazione	97,17	↑	95,21	↑	95,15
B09	Comfort del viaggio rispetto all'affollamento	74,49	↑	73,09	↑	70,07
B10	Completezza e chiarezza delle informazioni in fermata	98,91	↑	97,99	↑	85,06
B11	Informazioni a bordo a mezzo di avvisi visivi e sonori	98,76	↑	98,10	↑	78,89
B12	Informazioni in fermata a mezzo di avvisi visivi e sonori	99,24	↑	98,48		
B13	Cortesía ed educazione del personale di guida	97,02	↓	97,72	↑	90,99
B14	Cortesía del personale preposto alla verifica dei titoli di viaggio	93,42	→	93,46	↑	81,44
B15	Facilità di reperimento di biglietti ed abbonamenti	97,56	↑	97,03	↑	92,26
B16	Risposte ai reclami scritti o telefonici	90,66	↓	91,12	↑	36,00
B17	Servizi rivolti a PRM a bordo mezzo	96,40	↑	93,79	↑	73,46
B18	Coincidenze con altri servizi di trasporto pubblico	93,80	↑	90,42	↑	77,95
B19	Attenzione all'ambiente	95,69	→	95,68	↑	86,01
<b>B20</b>	<b>SERVIZIO NEL COMPLESSO</b>	<b>99,44</b>	↑	<b>98,93</b>	→	<b>99,80</b>

Linea T1

Base 2021: 1.015 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Campagna 09/2021

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



Base 2021: 1.015 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Linea T1

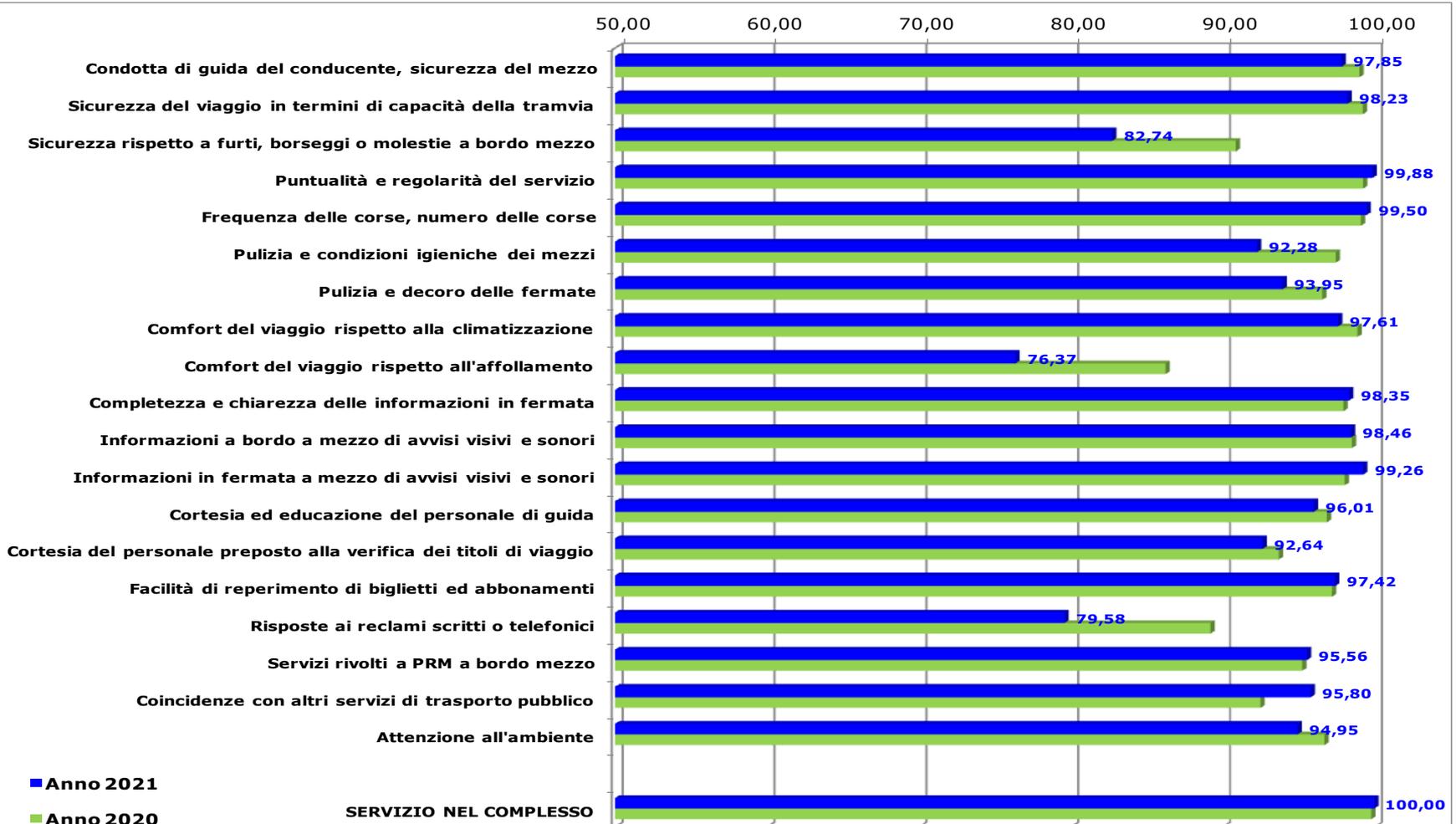
## Confronto con precedenti campagne

### % soddisfatti (voto ≥ 6)

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

**Linea T2**
*Base 2021: 512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo*

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



Base 2021: 512 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo

Linea T2

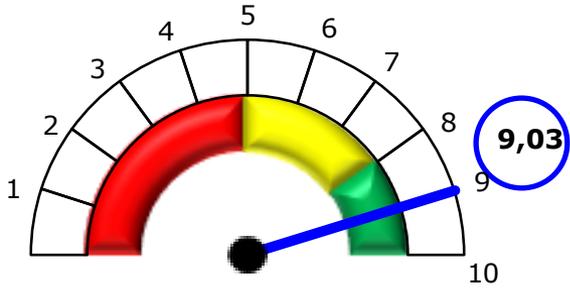
## **NPS, Net Promoter Score**

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”

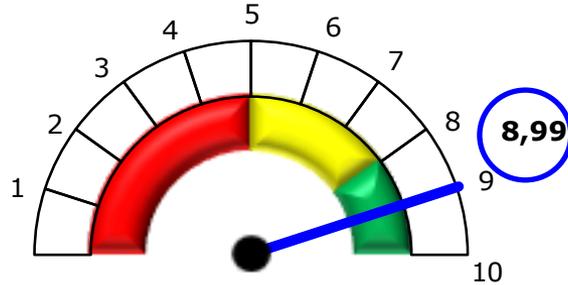
Il **Net Promoter Score** (NPS) è un indice che valuta la fedeltà nella relazione azienda – cliente, misurando la misura in cui un cliente consiglierebbe il servizio ad un proprio parente/amico/conoscente, atteso che **la soddisfazione** rispetto ad un servizio di cui si è fruito, ingenerale, **conduce**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

**NPS, Net Promoter Score**

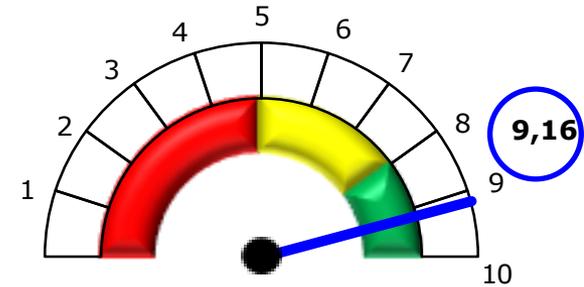
**Totale**



**Linea T1**

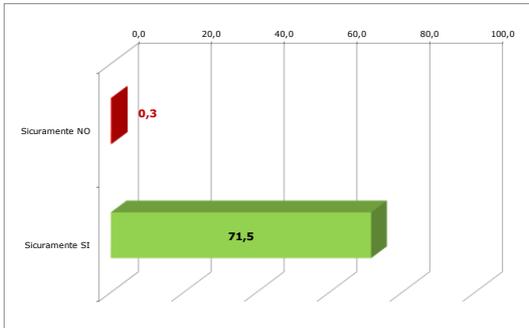


**Linea T2**

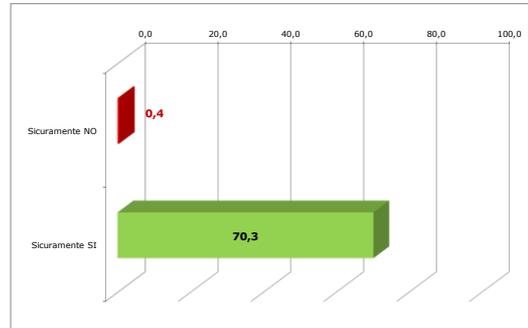


**Consiglierebbe il servizio tramviario?**

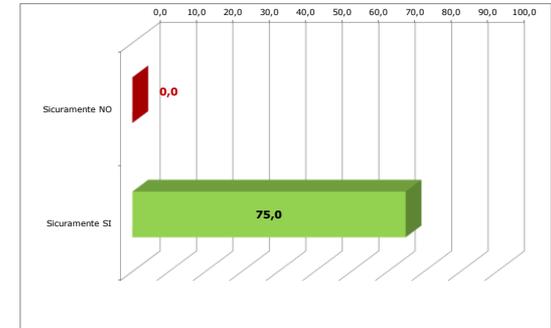
**Totale**



**Linea T1**



**Linea T2**



**N.P.S., v.m.**

Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo



## **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°	PUNTUALITA REGOLARITA	35,9
2°	SICUREZZA	22,8
3°	PULIZIA	13,6
4°	COMFORT	9,0
5°	INFORMAZIONI	4,7
6°	ATTENZIONE AMBIENTE	4,2
7°	COINCIDENZE	4,1
8°	SERVIZI P.R.M.	2,8
9°	COMUNICAZIONE	2,4
10°	COMMERCIALE	0,6

LINEA T2		
LIVELLO IMPORTANZA	Fattore qualità	IMPORTANZA CALCOLATA
1°	PUNTUALITA REGOLARITA	39,9
2°	SICUREZZA	20,0
3°	PULIZIA	13,6
4°	COMFORT	9,8
5°	ATTENZIONE AMBIENTE	4,9
6°	COINCIDENZE	4,1
7°	INFORMAZIONI	3,6
8°	COMUNICAZIONE	2,1
9°	SERVIZI P.R.M.	1,4
10°	COMMERCIALE	0,7

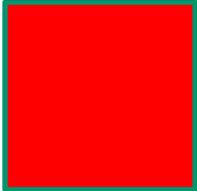
TOTALE		
LIVELLO IMPORTANZA	Fattore qualità	IMPORTANZA CALCOLATA
1°	PUNTUALITA REGOLARITA	37,0
2°	SICUREZZA	22,1
3°	PULIZIA	13,6
4°	COMFORT	9,2
5°	ATTENZIONE AMBIENTE	4,4
6°	INFORMAZIONI	4,4
7°	COINCIDENZE	4,1
8°	SERVIZI P.R.M.	2,4
9°	COMUNICAZIONE	2,3
10°	COMMERCIALE	0,6

Base: 1.527 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:



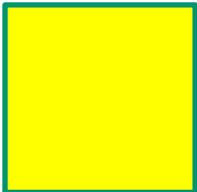
• **I QUADRANTE: Area dei Miglioramenti prioritari**

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**

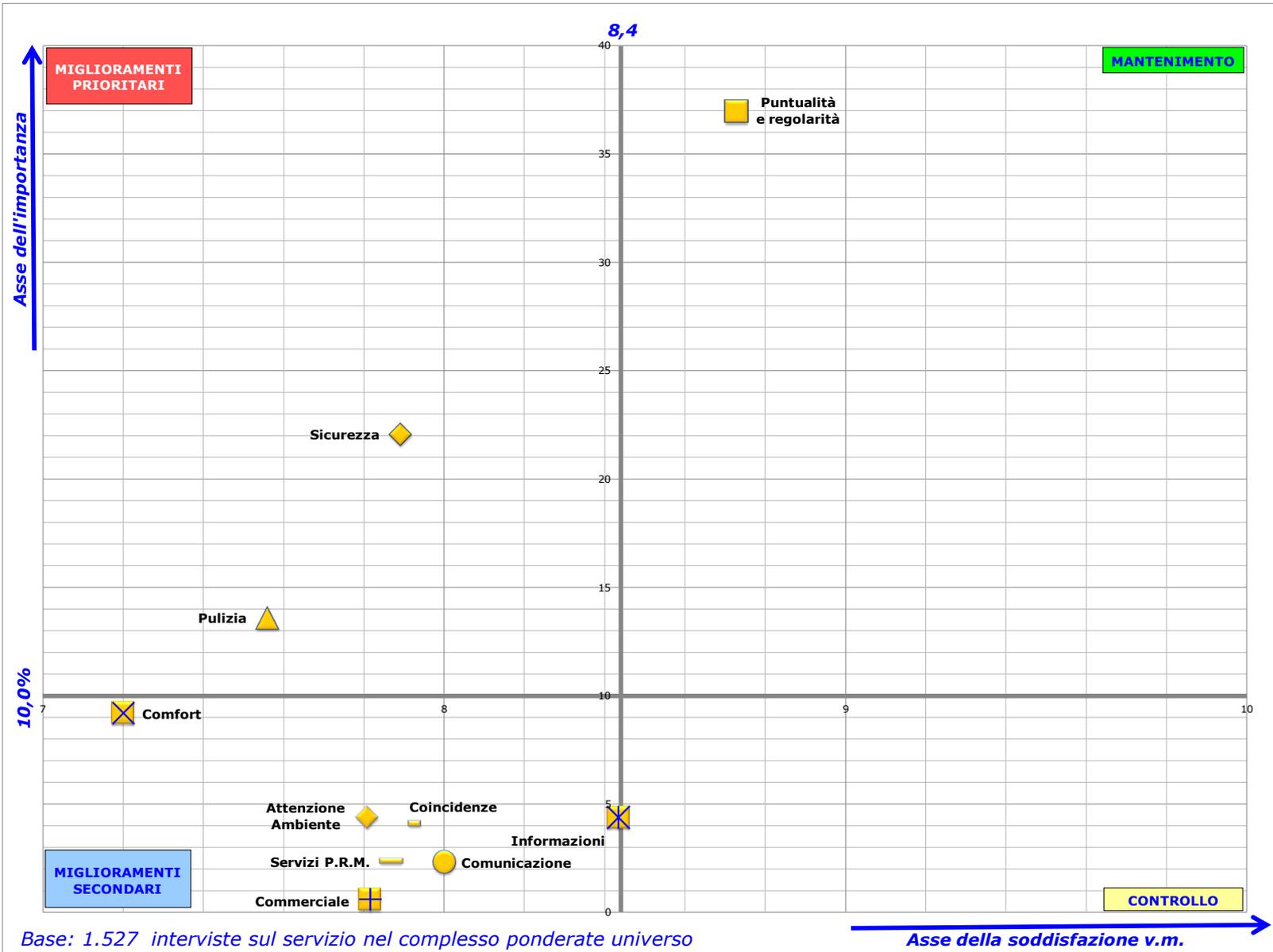
area in cui il grado di importanza (qualità attesa) è inferiore al valore di equidistribuzione dell'importanza e la soddisfazione è superiore al livello di soddisfazione del servizio nel suo complesso;



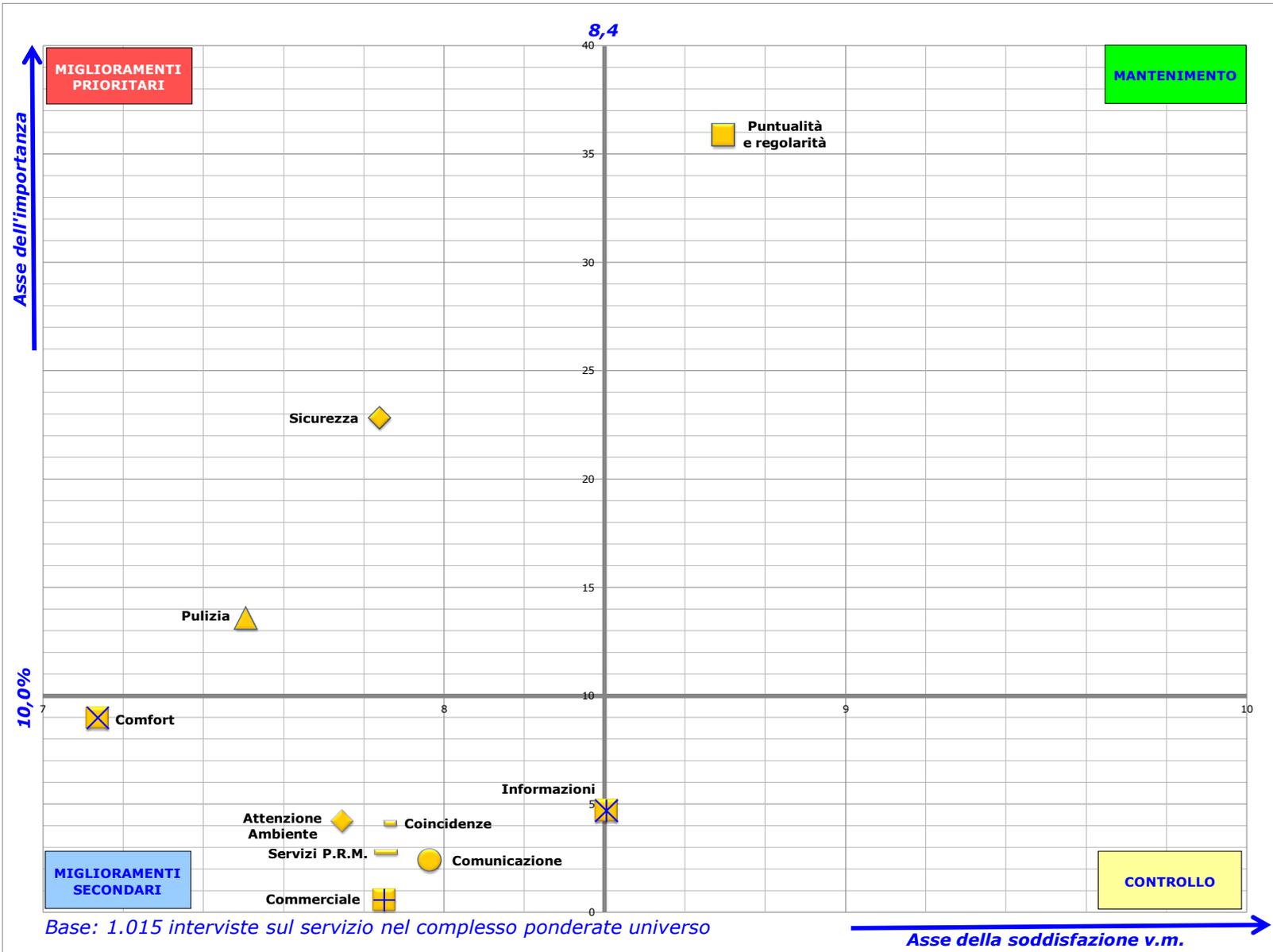
• **IV QUADRANTE: Area dei Miglioramenti secondari**

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.

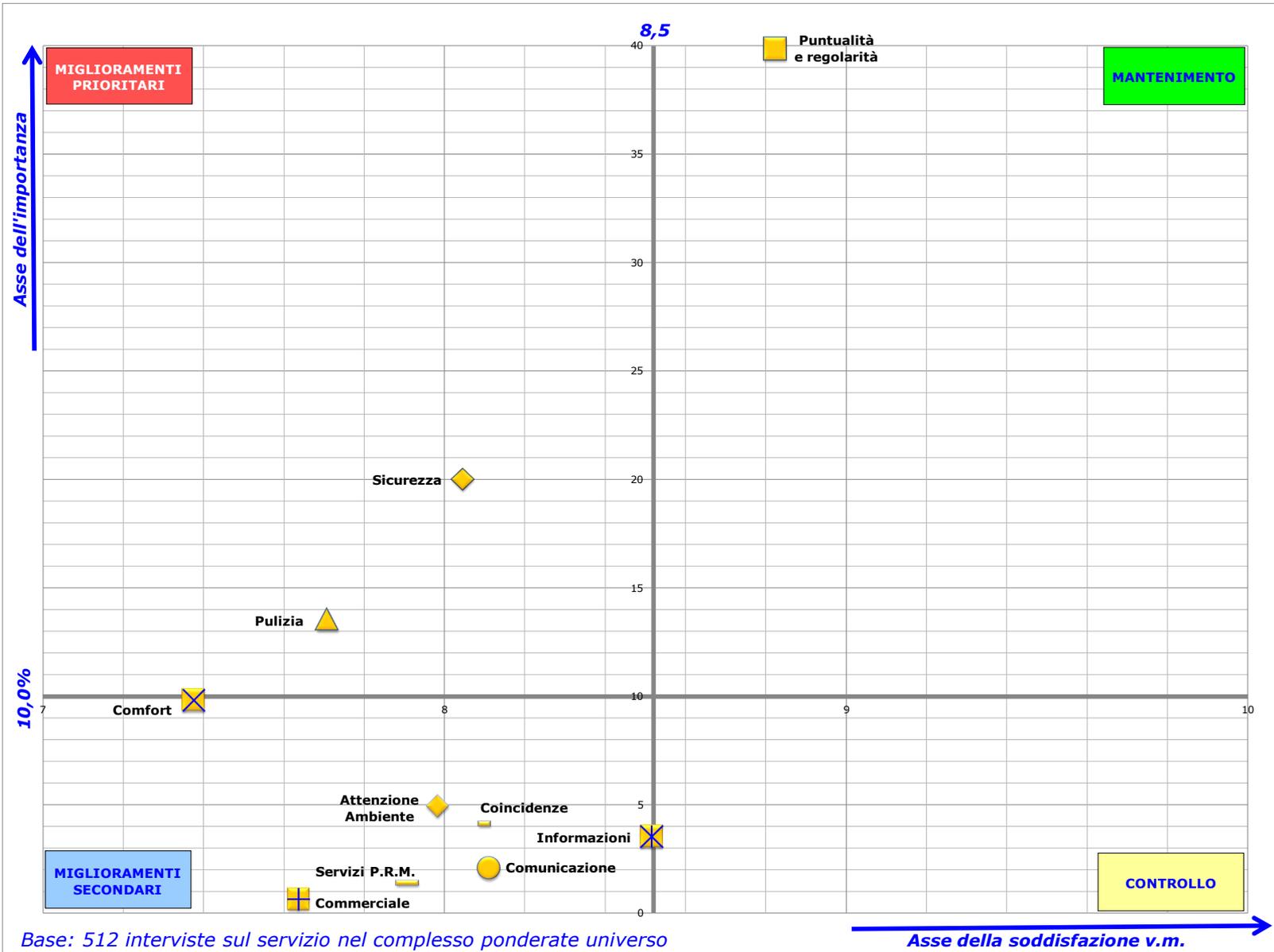
**SERVIZIO NEL COMPLESSO**



**LINEA T1**



**LINEA T2**





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

**2  
fattori**

**Informazioni**

**Efficienza  
servizio**

Stante il perdurare dell'emergenza sanitaria nazionale connesso con il Corona Virus COVID-19, la Committenza ha voluto, in questa edizione, 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

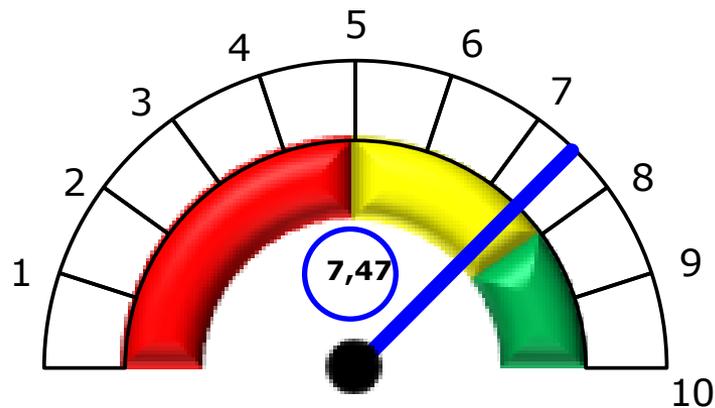
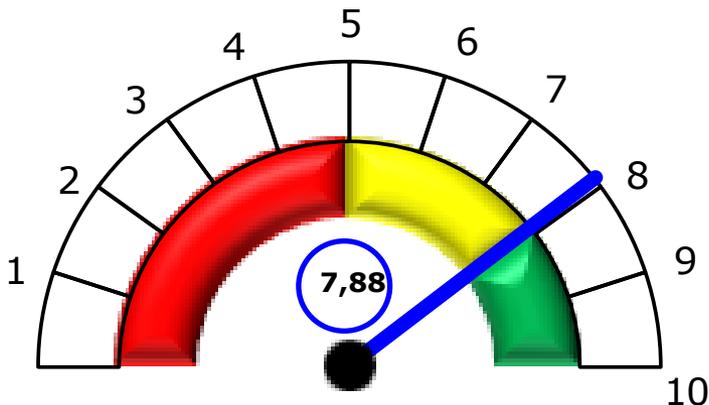
Per i 2 fattori considerato è stato calcolato il **voto medio** e la percentuale di clienti **soddisfatti** ovvero la percentuale di quanti hanno espresso un voto  $\geq 6$ , al netto di coloro i quali hanno affermato di non voler o non saper rispondere in merito ad un dato item

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

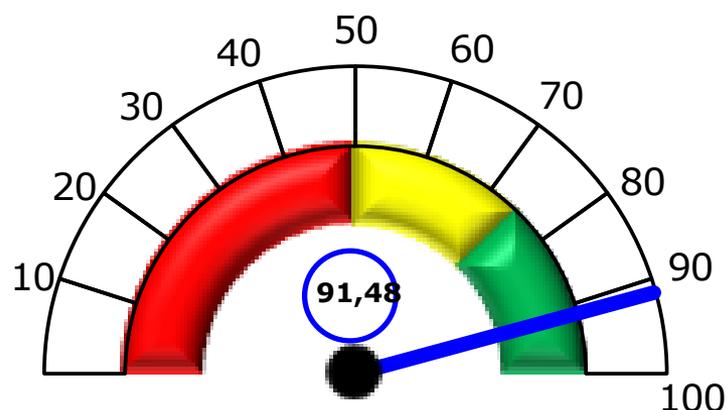
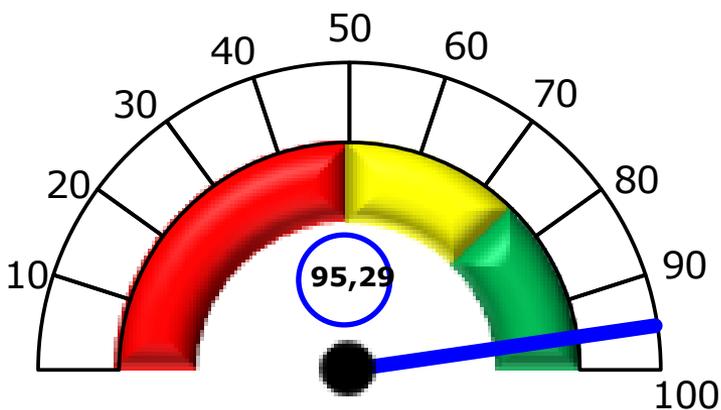
**Come reputa la chiarezza e la completezza della comunicazione dell'Azienda relativa alle disposizioni sulle misure di contenimento dell'emergenza COVID-19?**

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

**Voto medio**



**% soddisfatti**



Base: 1.527 interviste sul servizio nel complesso ponderate universo



## **ALLEGATO 1 SCHEDA SURVEY**



## INDAGINI CUSTOMER SATISFACTION ed. 2021

Rev.01-DEF del 29/07/2021

**01.** Rilevatore: \_\_\_\_\_ (Cod.: \_\_\_\_)  
**02.** Codice Giorno: \_\_\_\_ - **03.** Data intervista: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2021  
**04.** Linea (crocettare):  T1  T2 **05.** Corsa n. \_\_\_\_ **06.** delle ore \_\_\_\_.

[Buon giorno/Buon Pomeriggio/Buona Sera] sono ... [Nome Cognome] della Società IRTECO, stiamo conducendo un'indagine, per conto di GEST del gruppo RATP, sulla qualità del servizio della tramvia di Firenze. Vuole, gentilmente, rispondere ad alcune domande che richiederanno un paio di minuti del Suo tempo? Le preciso che Lei è libero di interrompere l'intervista in qualsiasi momento, come è libero di non rispondere ad alcune domande. L'intervista sarà strettamente confidenziale ed i dati saranno trattati in maniera aggregata senza alcun riferimento che consenta di risalire alla Sua identità.

**07.** Registrare ogni persona che rifiuta l'intervista: 1 - 2 - 3 - 4 - 5 - 6 - 7 - 8 - 9 - 10 - \_\_\_\_

### SEZIONE A – CARATTERISTICHE DELLO SPOSTAMENTO

<b>A01</b>	Ora inizio intervista	____
<b>A02</b>	Condizioni meteo <b>01</b> =Serenò/Buone, <b>02</b> =Nuvoloso, <b>03</b> =Pioggia, <b>04</b> =Neve, <b>05</b> =Nebbia	____
<b>A03</b>	Potrebbe indicarmi da quale Comune ha avuto inizio il Suo attuale spostamento? ____ - Prov. ____	
<b>A04</b>	Potrebbe indicarmi a quale fermata è salito su questo tram? [se intervista a terra riportare] _____	
<b>A05</b>	Con che mezzo di trasporto è giunto alla fermata di salita su questo tram, escludendo le tratte a piedi? <b>01</b> = Nessun solo piedi, <b>02</b> = Auto come conducente, <b>03</b> =Auto come passeggero, <b>04</b> =Ciclomotore/Motociclo, <b>05</b> = Bicicletta, <b>06</b> = Autobus/Altro Tram, <b>07</b> =Treno <b>20</b> =Altro	____
<b>A06</b>	Potrebbe indicarmi in che fermata scenderà [da questo tram]/[dal tram su cui si accinge a salire]? _____	
<b>A07</b>	E in quale Comune avrà termine il Suo attuale spostamento? ____ - Prov. ____	
<b>A08</b>	Con che frequenza settimanale in genere effettua questo spostamento? <b>01</b> =Tutti i giorni dal LUN al VEN, <b>02</b> =Tutti i giorni dal LUN al SAB, <b>03</b> =Tutti i giorni dal LUN alla DOM, <b>04</b> =3/4 volte a settimana, <b>05</b> =1/2 volte a settimana, <b>06</b> =Raramente/Occasionalmente/Prima volta	____
<b>A09</b>	Per quale scopo/motivo principale effettua il Suo attuale spostamento? <b>01</b> =Studio; <b>02</b> = Lavoro; <b>03</b> = Servizi/Motivi personali; <b>04</b> = Shopping/Acquisti; <b>05</b> =Turismo; <b>06</b> =Altro (specificare).....	____
<b>A10</b>	Quale titolo di viaggio [sta utilizzando]/[utilizzerà]? <b>01</b> =Biglietto, <b>02</b> =Pegaso, <b>03</b> =Carnet multi corsa <b>04</b> =Abbonamento, <b>20</b> =Altro	____
<b>A11</b>	In genere dove acquista il titolo di viaggio? <b>01</b> =Emettrice in contanti, <b>02</b> =Emettrice con carta credito, <b>03</b> =Rivendite autorizzate, <b>04</b> =SMS, <b>05</b> =App NUGO, <b>06</b> =Non lo so non lo ho acquistato io	____
<b>A12</b>	Per quale/i motivo/i ha scelto di utilizzare la tramvia di Firenze per il suo spostamento? [Multipla max 3] <b>01</b> =Comodità del viaggio (comfort/minor stress), <b>02</b> =Per non avere problemi di parcheggio dell'auto, <b>03</b> =Per la velocità (tempo) del viaggio, <b>04</b> =Affidabilità (Certezza del tempo), <b>05</b> =Convenienza economica, <b>06</b> =Mancanza di alternative (non ho l'auto/patente/ect.), <b>07</b> =Sensibilità ambientale (inquina meno), <b>08</b> =Altro, specificare.....	____
<b>A13</b>	In genere dover reperisce le informazioni sul servizio tramviario? [Multipla max 3] <b>01</b> =Sito internet, <b>02</b> =Numero verde, <b>03</b> =Facebook/Twitter, <b>04</b> =Telegram, <b>05</b> =A bordo dal conducente, <b>06</b> =Pannelli informativi in fermata, <b>07</b> =Altro, specificare.....	____

## 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 border="0"> <tr> <td><b>01.</b> SICUREZZA</td> <td><b>02.</b> PUNTUALITA' E REGOLARITA'</td> </tr> <tr> <td><b>03.</b> PULIZIA</td> <td><b>04.</b> COMFORT</td> </tr> <tr> <td><b>05.</b> INFORMAZIONI</td> <td><b>06.</b> COMUNICAZIONE</td> </tr> <tr> <td><b>07.</b> COMMERCIALE</td> <td><b>08.</b> COINCIDENZE</td> </tr> <tr> <td><b>09.</b> SERVIZI RIVOLTI PRM</td> <td><b>10.</b> ATTENZIONE AMBIENTE</td> </tr> </table>	<b>01.</b> SICUREZZA	<b>02.</b> PUNTUALITA' E REGOLARITA'	<b>03.</b> PULIZIA	<b>04.</b> COMFORT	<b>05.</b> INFORMAZIONI	<b>06.</b> COMUNICAZIONE	<b>07.</b> COMMERCIALE	<b>08.</b> COINCIDENZE	<b>09.</b> SERVIZI RIVOLTI PRM	<b>10.</b> ATTENZIONE AMBIENTE
<b>01.</b> SICUREZZA	<b>02.</b> PUNTUALITA' E REGOLARITA'										
<b>03.</b> PULIZIA	<b>04.</b> COMFORT										
<b>05.</b> INFORMAZIONI	<b>06.</b> COMUNICAZIONE										
<b>07.</b> COMMERCIALE	<b>08.</b> COINCIDENZE										
<b>09.</b> SERVIZI RIVOLTI PRM	<b>10.</b> ATTENZIONE AMBIENTE										
	<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 border="0"> <tr> <td><b>01</b> = Imprenditore/ dirigente</td> <td><b>05</b> = Operaio</td> <td><b>09</b> = Casalinga</td> </tr> <tr> <td><b>02</b> = Libero professionista</td> <td><b>06</b> = Insegnante</td> <td><b>10</b> = Pensionato</td> </tr> <tr> <td><b>03</b> = Impiegato</td> <td><b>07</b> = Rappresentante</td> <td><b>11</b> = Disoccupato</td> </tr> <tr> <td><b>04</b> = Artigiano/commerciante/esercente</td> <td><b>08</b> = Studente</td> <td><b>20</b> = Altro</td> </tr> </table>	<b>01</b> = Imprenditore/ dirigente	<b>05</b> = Operaio	<b>09</b> = Casalinga	<b>02</b> = Libero professionista	<b>06</b> = Insegnante	<b>10</b> = Pensionato	<b>03</b> = Impiegato	<b>07</b> = Rappresentante	<b>11</b> = Disoccupato	<b>04</b> = Artigiano/commerciante/esercente	<b>08</b> = Studente	<b>20</b> = Altro	_ _
<b>01</b> = Imprenditore/ dirigente	<b>05</b> = Operaio	<b>09</b> = Casalinga												
<b>02</b> = Libero professionista	<b>06</b> = Insegnante	<b>10</b> = Pensionato												
<b>03</b> = Impiegato	<b>07</b> = Rappresentante	<b>11</b> = Disoccupato												
<b>04</b> = Artigiano/commerciante/esercente	<b>08</b> = Studente	<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.

