

# Indagini sui fattori di qualità attesa e percepita

Servizio autobus e funicolari

---

Indagine realizzata da CSA per



Rapporto di sintesi



# INDICE

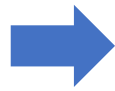
→ L'indagine è stata curata ed eseguita da CSA.

→ La rilevazione dei dati con tecnica CAPI è avvenuta tra il **27 Novembre e il 15 Dicembre 2022**, quella con tecnica CATI tra il **5 e il 9 Dicembre 2022**.

○ <b>Impostazione metodologica</b>	<b>3</b>
○ <b>I Risultati dell'indagine</b>	<b>4</b>
○ <i>Profilo degli intervistati</i>	5
○ <i>Abitudini di viaggio</i>	8
○ <i>Customer Satisfaction</i>	12
○ <i>Graduatoria</i>	41
○ <i>Sintesi dei dati</i>	44



# Impostazione metodologica



L'obiettivo principale dell'indagine è costituito dalla raccolta di **informazioni dell'utenza riguardo a:**

- livello di qualità attesa per ogni fattore della qualità del servizio
- livello di qualità percepita per ogni fattore della qualità del servizio

Sono state raccolte anche informazioni relative al *profilo socio-demografico dell'utenza, alle modalità di utilizzo del servizio ed alle motivazioni di scelta della linea ATB oggetto di intervista*



Lo studio ha previsto due momenti di rilevazione, realizzati con lo stesso questionario:

- una rilevazione face to face presso le fermate del servizio, realizzata con **tecnica CAPI** (*Computer Assisted Personal, Interview*), mediante **supporto tablet**
- un approfondimento telefonico sulle valutazioni di qualità con tecnica **CATI** (*Computer Assisted Telephone, Interview*) presso un sovra-campione di abbonati.



Nel complesso sono state realizzate **727 interviste face to face** e **375 interviste telefoniche**.



# I risultati dell'indagine



# Profilo degli intervistati



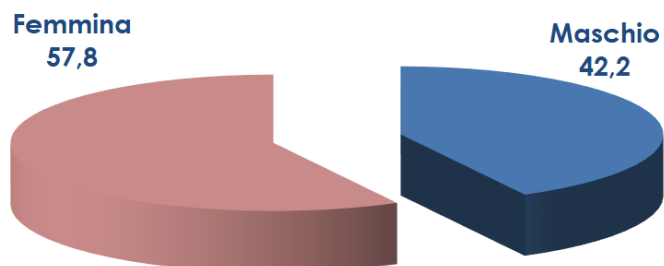


# Profilo degli intervistati

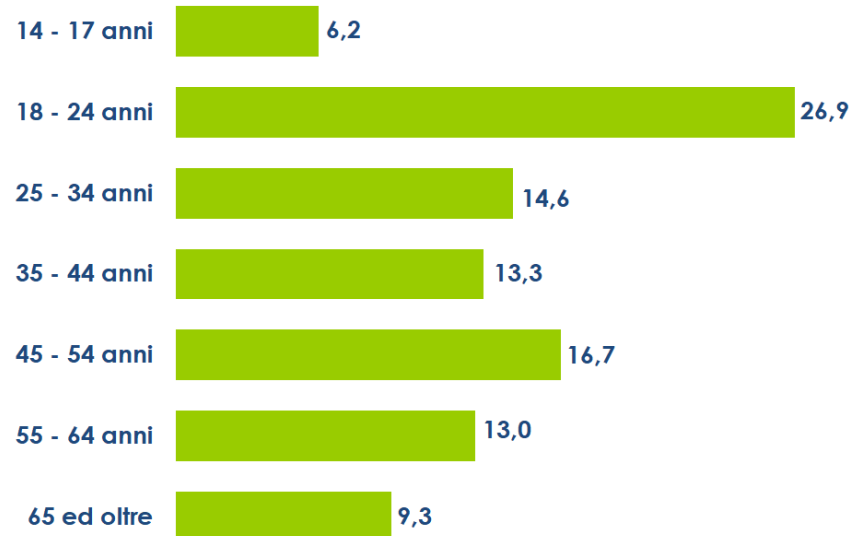


## Aspetti socio-demografici

### Genere (%)



### Classe di età (%)



Età media: 39 anni

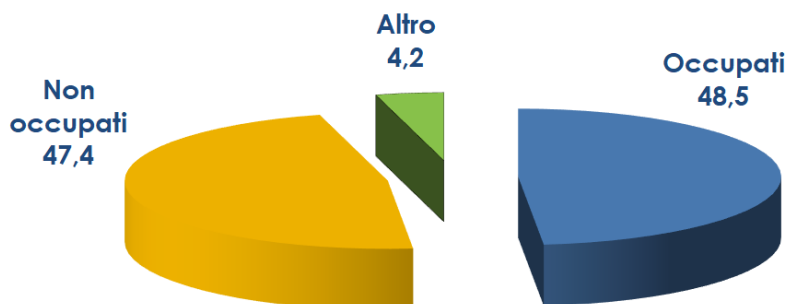


# Profilo degli intervistati



## Aspetti socio-demografici

### Condizione professionale (%)



### Professione (%)

Impiegato	26,0
Operaio	7,7
Imprenditore/Libero professionista	7,6
Artigiano/commerciante/esercente	4,2
Funzionario/Dirigente	2,9
<b>Totale occupati</b>	<b>48,5</b>
Studente	33,7
Pensionato	8,1
Casalinga	4,6
Disoccupato	1,0
<b>Totale non occupati</b>	<b>47,4</b>
<b>Altro</b>	<b>4,2</b>



# Abitudini di viaggio





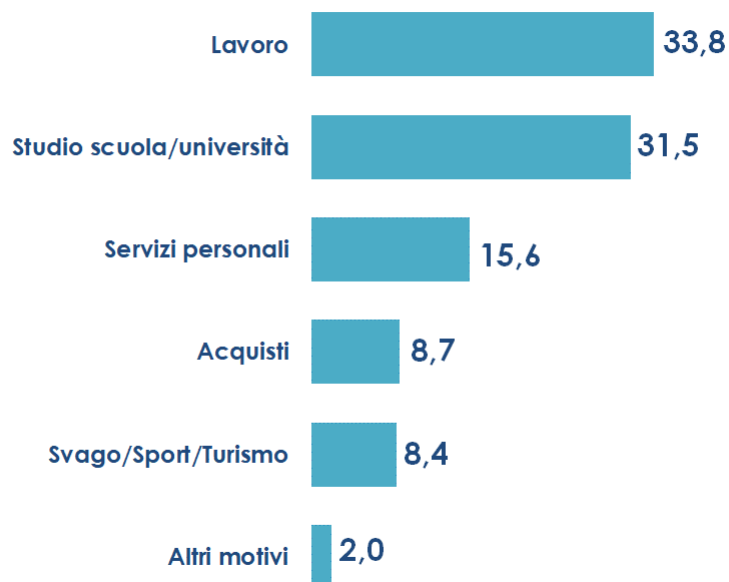


# Abitudini di viaggio

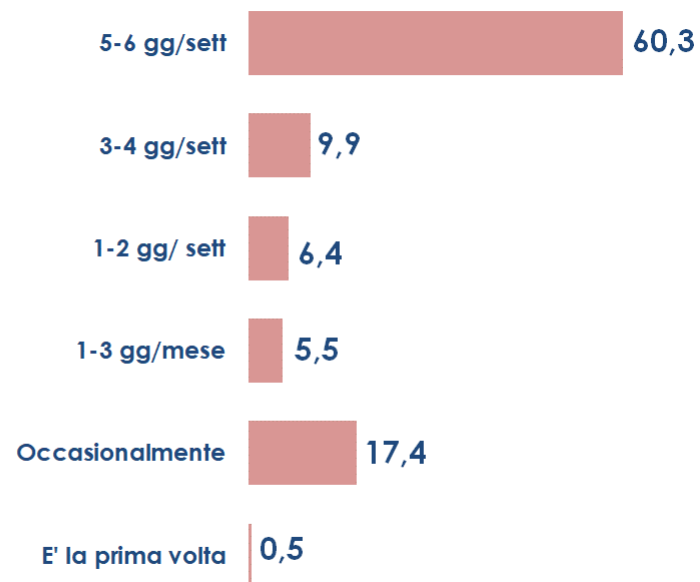


Qual è il motivo principale del suo spostamento? (%)

Motivo e frequenza



Con quale frequenza utilizza questa linea? (%)



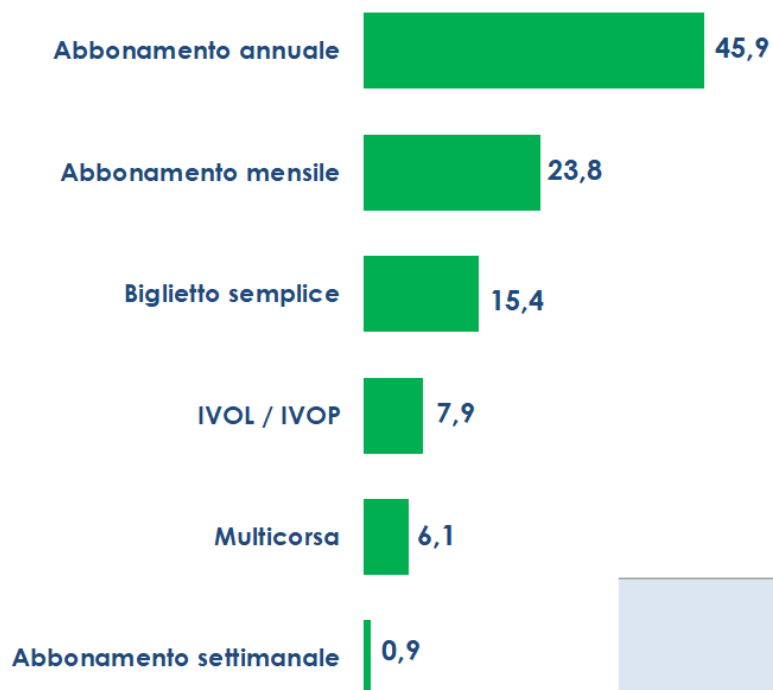


# Abitudini di viaggio



## Titolo di viaggio

Quale titolo di viaggio utilizza in questo momento? (%)



Dettaglio per tipologia d'indagine

		Totale	Indagine CAPI	Indagine CATI
Titolo di viaggio	Abbonamento annuale	45,9	35,9	65,3
	Abbonamento mensile	23,8	18,2	34,7
	Biglietto semplice	15,4	23,4	0,0
	IVOL / IVOP	7,9	12,0	0,0
	Multicorsa	6,1	9,2	0,0
	Abbonamento settimanale	0,9	1,4	0,0
	<b>N° medio abbonamenti mensili</b>	<b>7,2</b>	<b>9,6</b>	<b>4,7</b>



Per quali motivi ha scelto di utilizzare l'autobus/funicolare? (%)



Dettaglio per tipologia d'indagine

		Totale	Indagine CAPI	Indagine CATI
Motivi di scelta dell'autobus/funicolare	Non ho alternative	31,8	19,5	55,5
	Difficoltà a parcheggiare	29,0	38,7	10,4
	Meno stress	13,9	15,4	10,9
	Costa meno	11,8	14,4	6,7
	Più ecologico	5,4	7,4	1,6
	E' più sicuro	4,1	3,0	6,1
	Altro motivo	4,0	1,5	8,8



# Customer Satisfaction





Al fine di misurare l'apprezzamento nei confronti del servizio offerto da ATB, ovvero la **qualità percepita**, è stato chiesto agli intervistati di esprimere un giudizio rispetto alla :

- *soddisfazione complessiva sul servizio ATB*
- *soddisfazione complessiva sulla linea oggetto di intervista*
- *soddisfazione per otto macroaree del servizio (macrofattori)*
- *soddisfazione per una serie di aspetti di dettaglio relativi alle otto macroaree (microfattori)*

I giudizi sono stati espressi mediante una scala di **voti da 1 a 10**, dove 1 indica la soddisfazione minima (*completamente insoddisfatto*) e 10 quella massima (*completamente soddisfatto*)

Per i giudizi vengono forniti:

- Voto medio calcolato sulla scala di valutazione 1 – 10
- Area della soddisfazione (% di voti da 6 a 10)



## Il giudizio complessivo per linea



## Giudizio complessivo per linea\* (%)

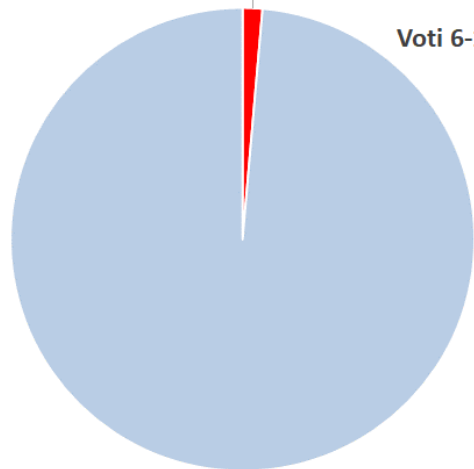
Valutazione su scala 1 - 10

Giudizio complessivo Linea –  
Indagine CAPI

Area delle valutazioni positive  
(% di voti 6 – 10) = **98,6%**

Voti 1-5; 1,4

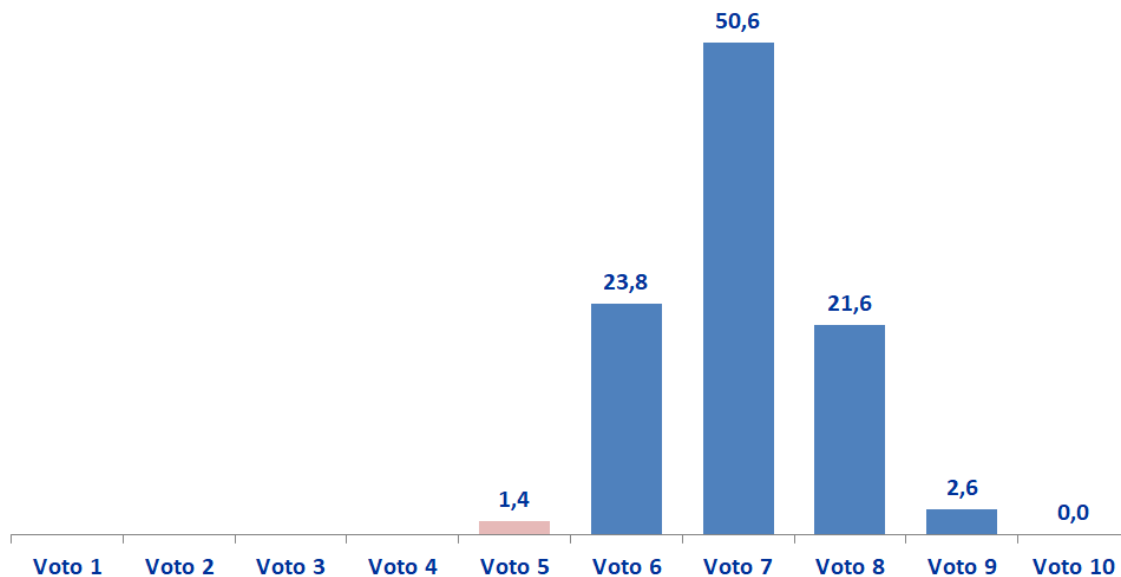
Voti 6-10; 98,6



**Voto Medio = 7,0**

*\*Che voto darebbe alla qualità del servizio di questa linea nel complesso?*

## Dettaglio voti espressi



Base: totale interviste CAPI



# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Giudizio complessivo per linea\* (%)

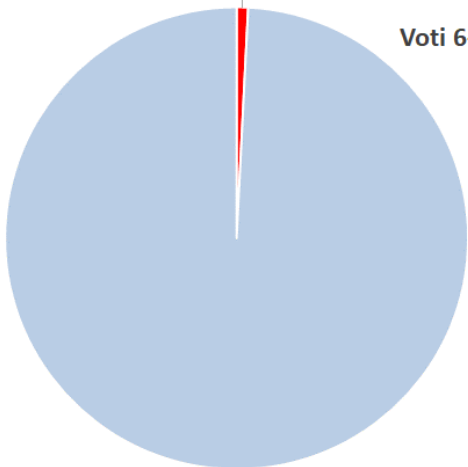
Valutazione su scala 1 - 10

## Giudizio complessivo Linea – Indagine CATI

Area delle valutazioni positive  
(% di voti 6 – 10) = **99,2%**

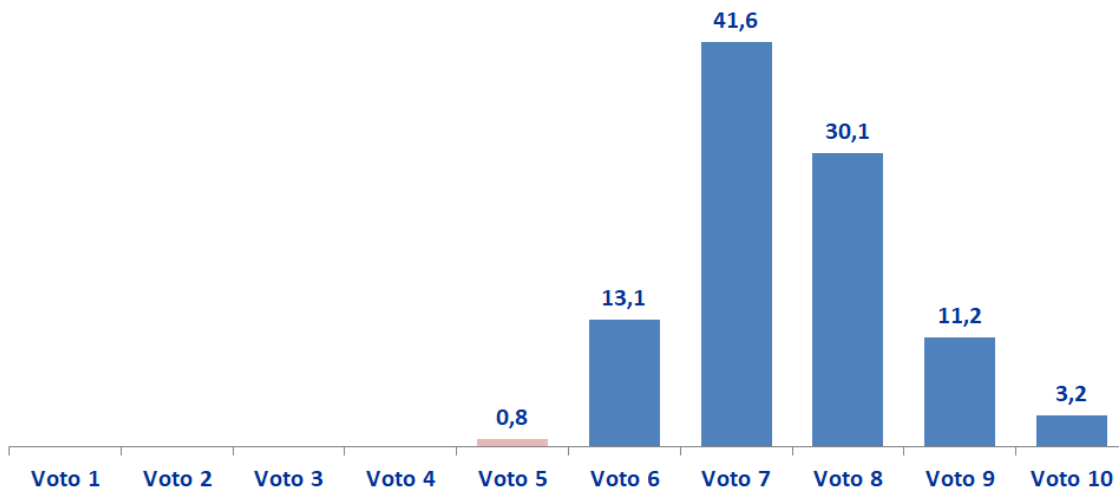
Voti 1-5; 0,8

Voti 6-10; 99,2



**Voto Medio = 7,5**

## Dettaglio voti espressi



*\*Che voto darebbe alla qualità del servizio della linea che utilizza più frequentemente nel complesso?*

Base: totale interviste CATI



## Giudizio complessivo per linea (%) - Sintesi

Valutazione su scala 1 - 10

	INDAGINE F to F (CAPI)	Voto Medio = 7,0	% di voti 6 – 10 = 98,6%
	SOVRA-CAMPIONE ABBONATI (CATI)	Voto Medio = 7,5	% di voti 6 – 10 = 99,2%
	TOTALE VALUTAZIONI	Voto Medio = 7,2	% di voti 6 – 10 = 98,8%



## Le aree del servizio



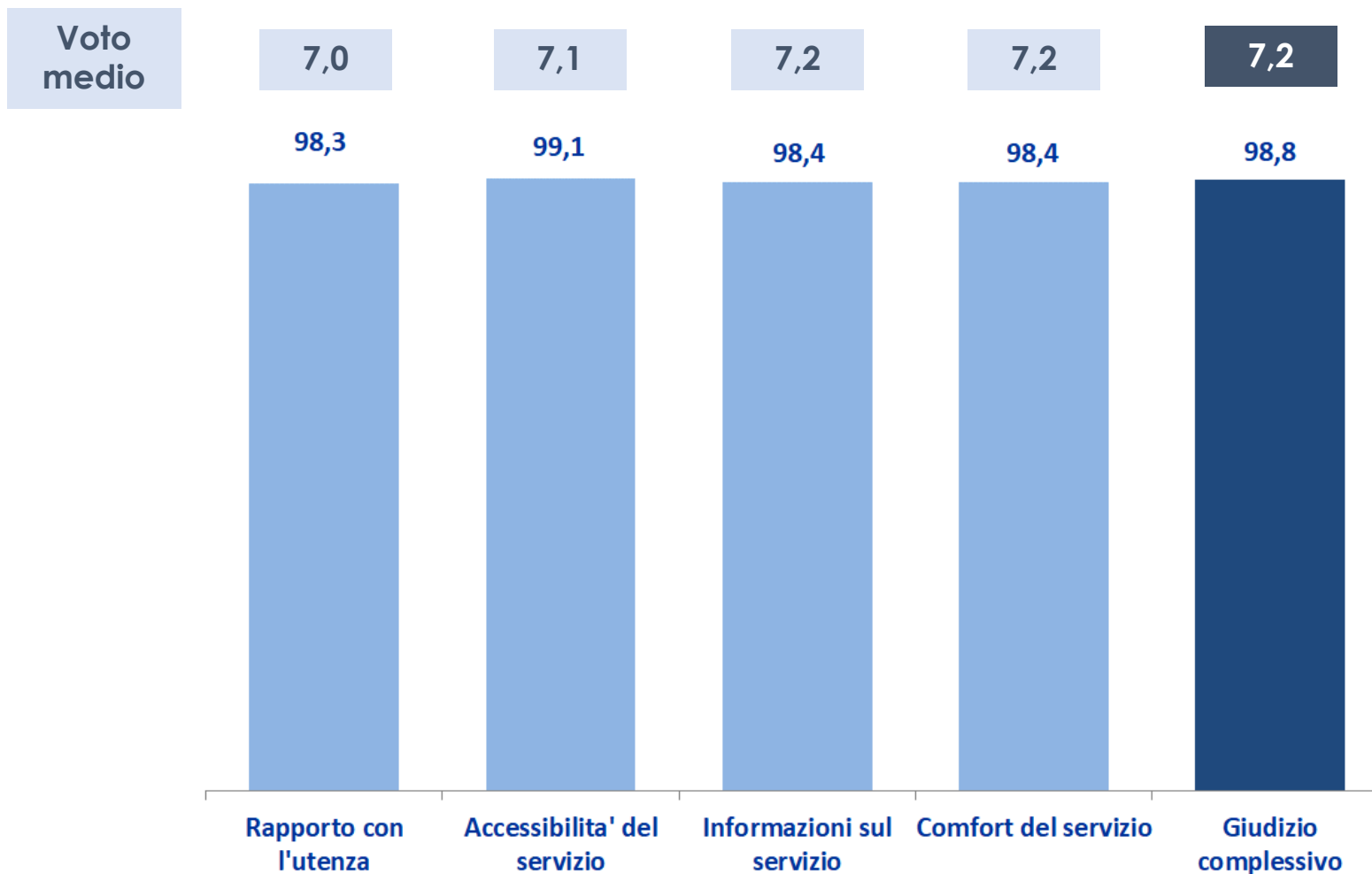
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Giudizio sui macrofattori del servizio

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio



Base: totale interviste



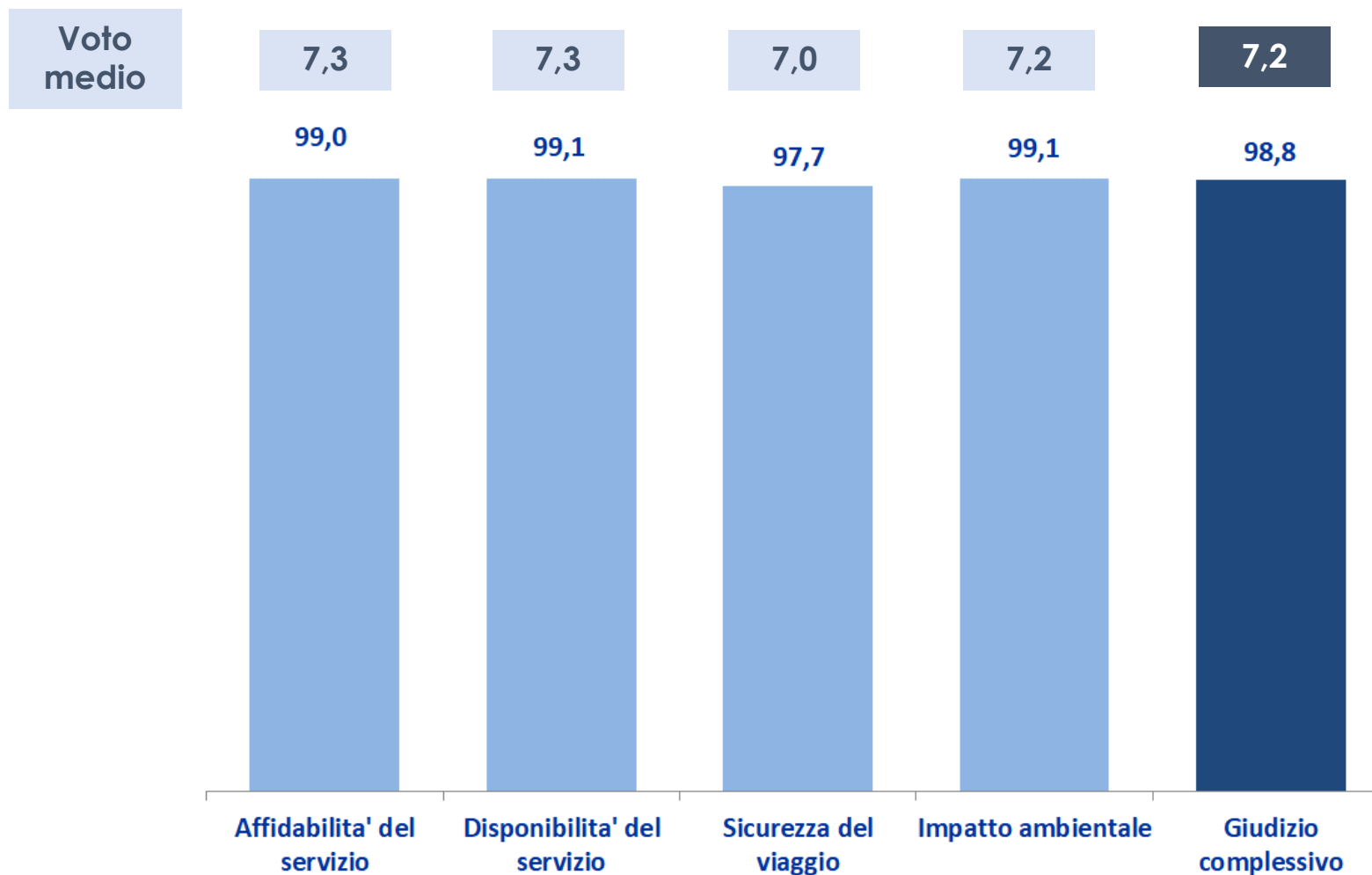
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Giudizio sui macrofattori del servizio

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio



Base: totale interviste



# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori del RAPPORTO CON L'UTENZA

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio

			Voto medio
Aspetto del personale (utilizzo divisa aziendale)	98,8		7,3
Capacità dell'azienda di comunicare, informare, sensibilizzare	98,3		7,3
Disponibilità dei dipendenti biglietterie ATB Point e Autostazione	97,7		7,2
Competenza dei dipendenti (personale viaggiante, biglietteria)	97,5		7,3
Capacità di rispondere alle richieste sul servizio/reclami/informazioni	97,4		7,3
Disponibilità dei dipendenti (personale viaggiante, biglietteria)	97,3		7,2
Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte dei verificatori	95,6		7,2
<b>Giudizio complessivo sul rapporto con l'utenza</b>	<b>98,3</b>		<b>7,0</b>



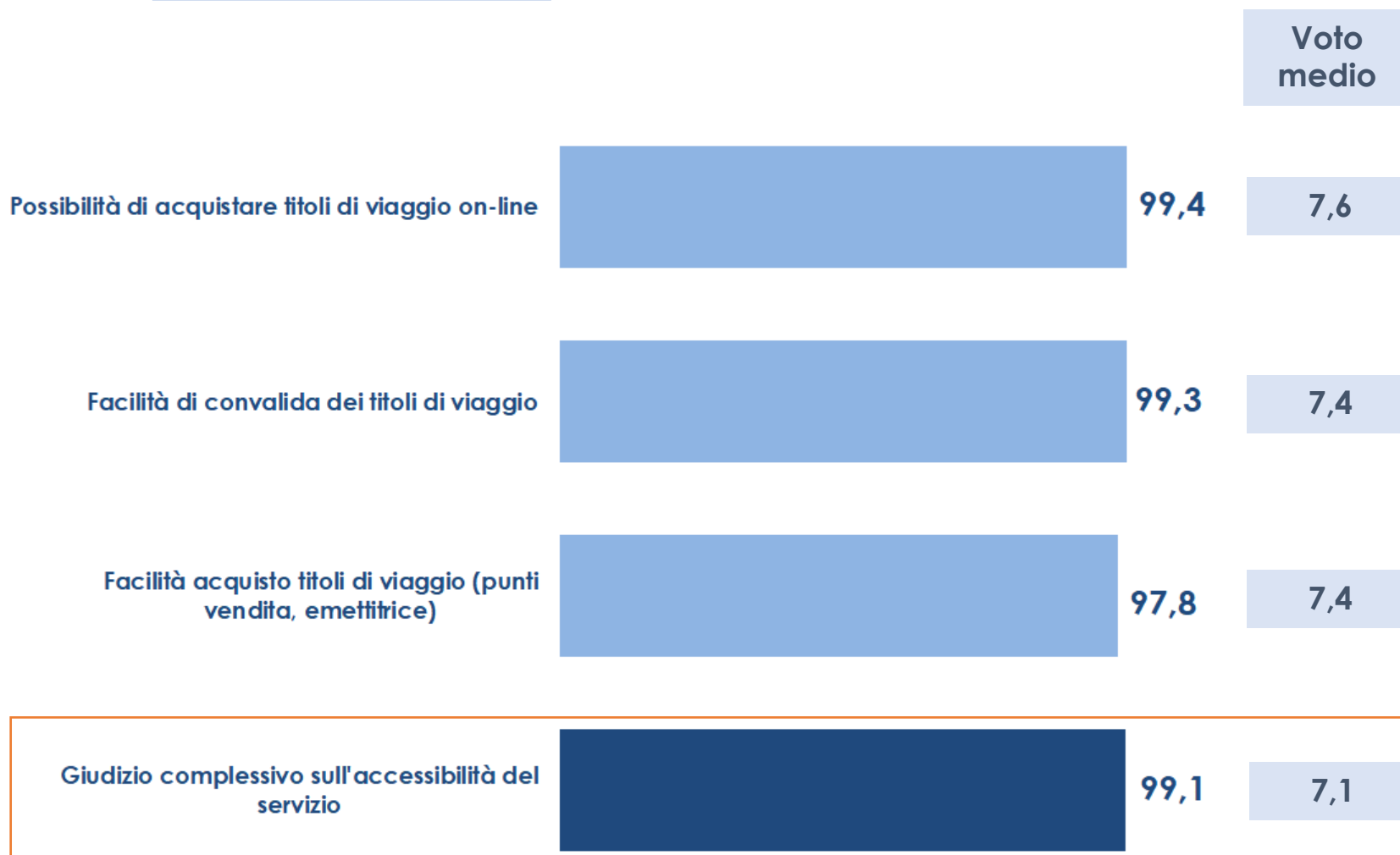
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori dell'ACCESSIBILITA' DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio





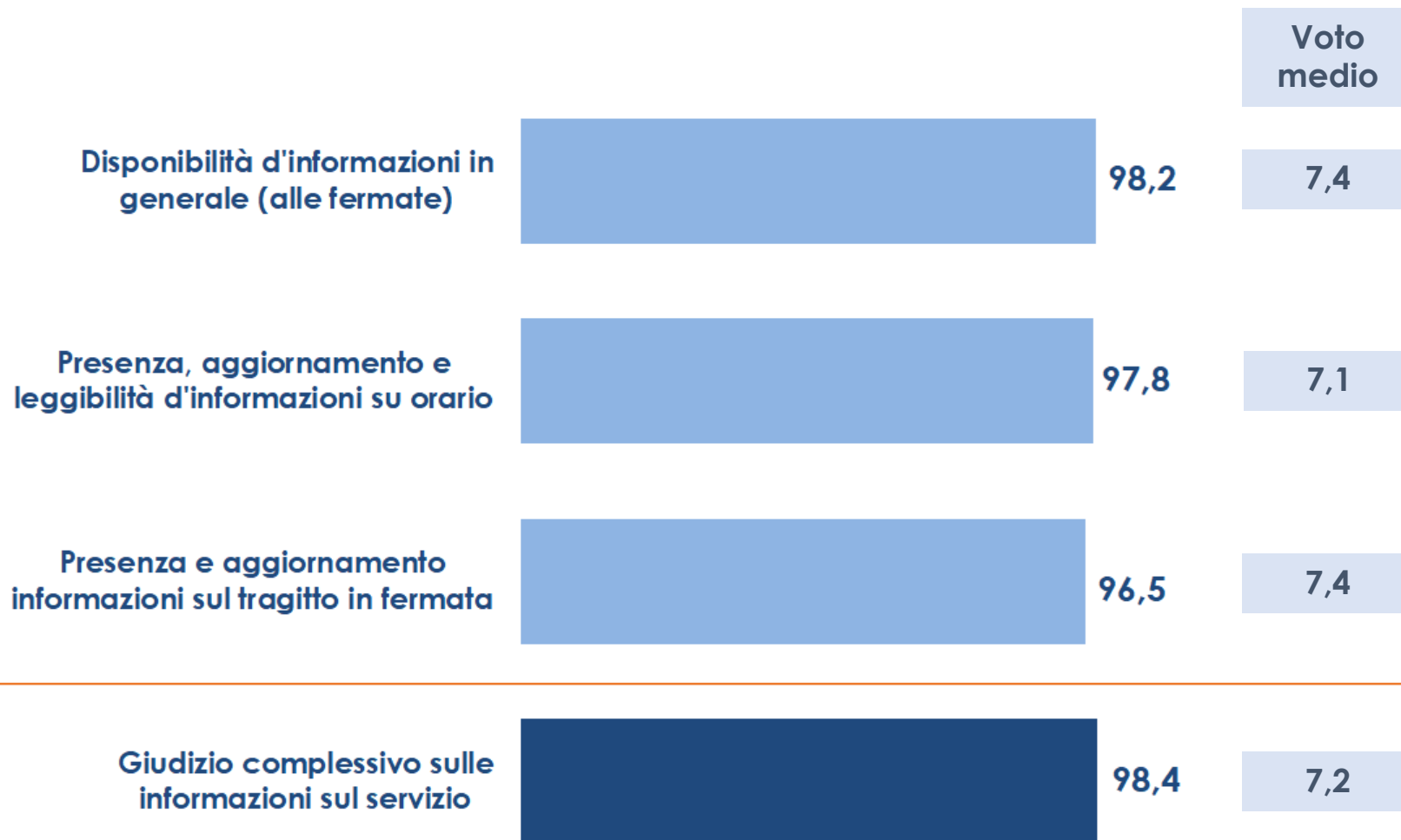
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori delle INFORMAZIONI SUL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio





# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori del COMFORT DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio

			Voto medio
Pulizia delle fermate	98,5		7,4
Funzionamento strumenti operativi e di supporto a bordo	98,4		7,5
Pulizia dei mezzi	97,9		7,5
Climatizzazione/riscaldamento mezzi	97,9		7,4
Pulizia dei punti vendita	97,7		7,4
Comfort dei mezzi	96,6		7,3
Affollamento dei mezzi/spazio a bordo	96,5		7,1
<b>Giudizio complessivo sul comfort del servizio</b>	<b>98,4</b>		<b>7,2</b>

Per il servizio funicolare il micro fattore "Pulizia delle fermate" diventa "Pulizia delle stazioni"

Base: totale interviste





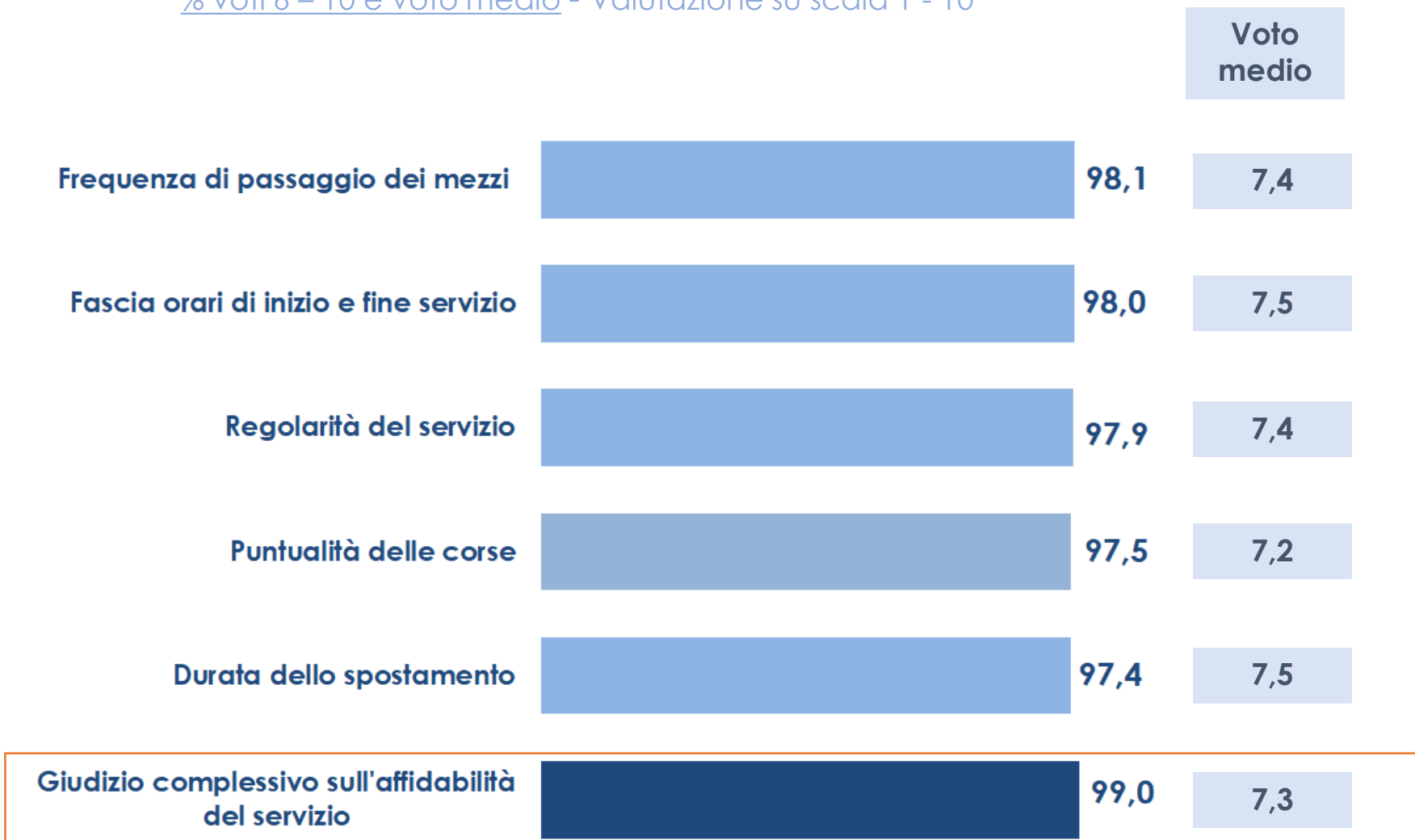
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori dell’AFFIDABILITA’ DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio





# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori della DISPONIBILITA' DEL SERVIZIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio

Voto  
medio

Posizione delle fermate e dei collegamenti

98,4

7,3

Copertura efficace del territorio servito

98,3

7,4

Giudizio complessivo sulla disponibilità del servizio

99,1

7,3



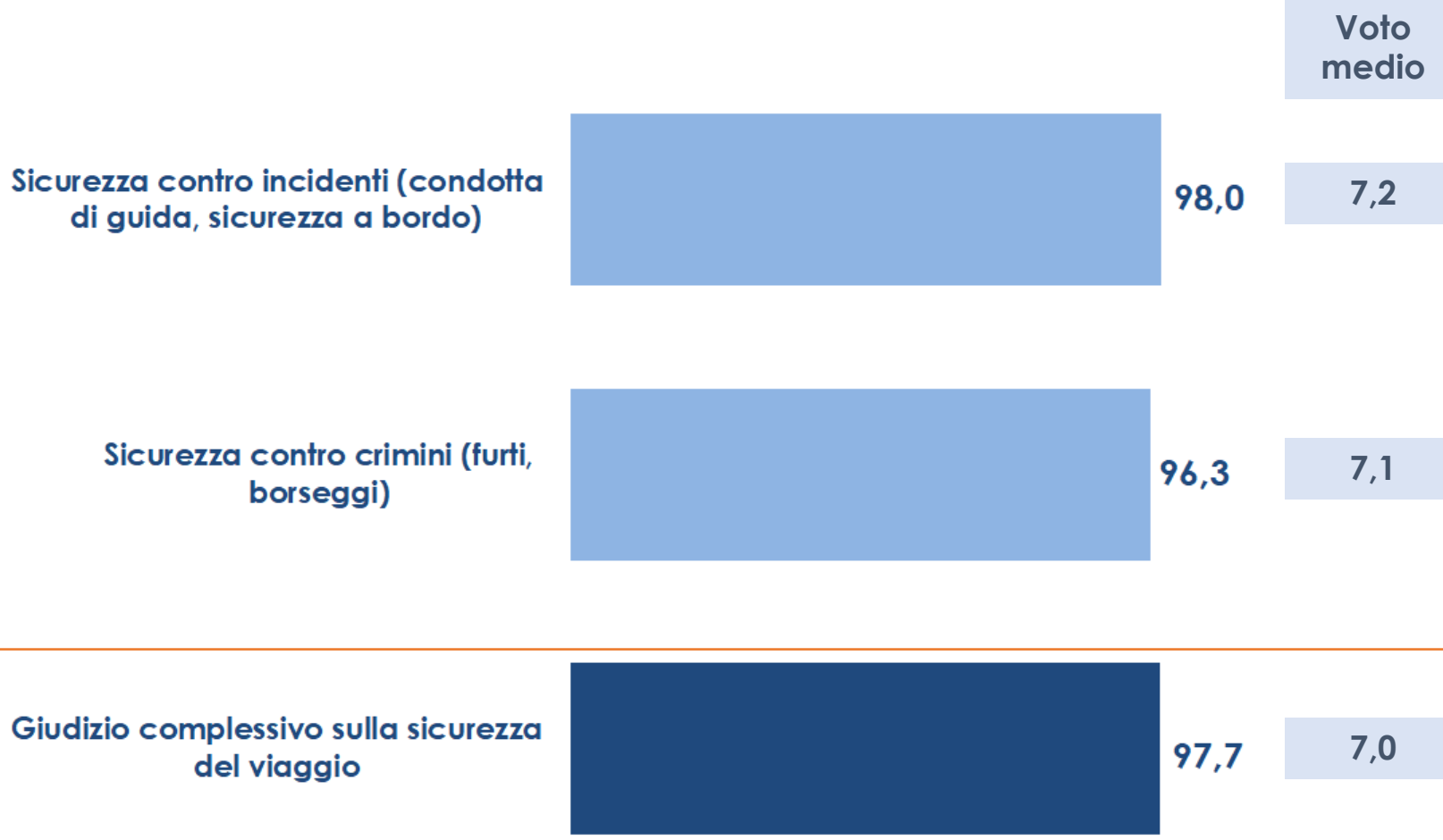
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori della SICUREZZA DEL VIAGGIO

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio





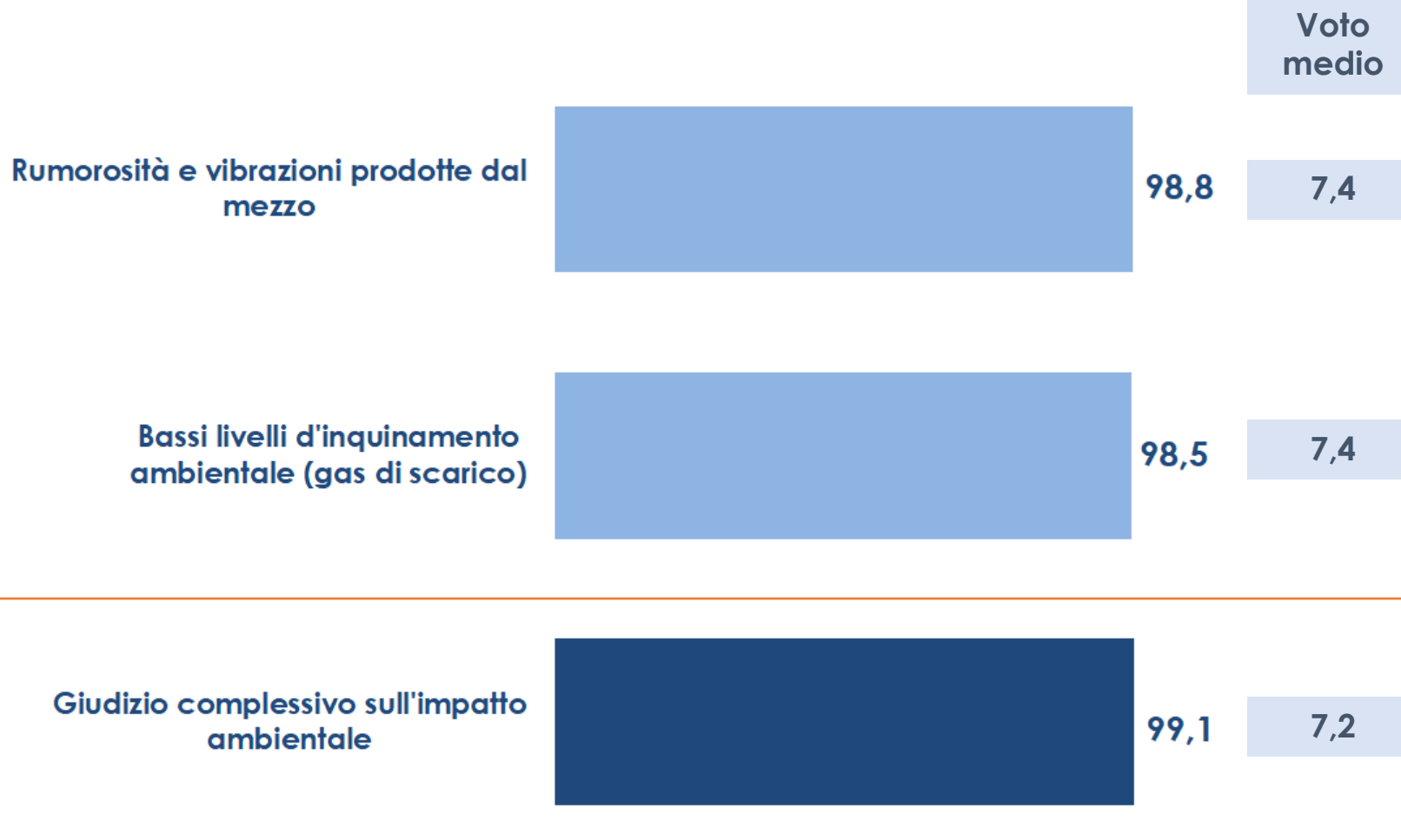
# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Fattori dell'IMPATTO AMBIENTALE

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio





## Le aree del servizio



Al fine di misurare la **qualità attesa** rispetto al servizio offerto da ATB è stato chiesto agli intervistati di esprimere una valutazione rispetto al:

- *livello di importanza per ciascuna delle otto macroaree del servizio (macrofattori)*

Le valutazioni sono state espresse mediante una scala di **voti da 1 a 10**, dove 1 indica l'importanza minima (*Per nulla importante*) e 10 quella massima (*totalmente importante*)

Per queste valutazioni viene fornito per ciascuna area del servizio:

-Voto medio calcolato sulla scala di valutazione 1 – 10

-Livello di Accordo Percepita Vs Attesa calcolato in base alla % di valutazioni allineate\*

## Are del servizio

Rapporto con l'utenza

Accessibilità del servizio

Informazioni sul servizio

Comfort del servizio

Affidabilità del servizio

Disponibilità del servizio

Sicurezza del viaggio

Impatto Ambientale



# Customer Satisfaction – Qualità attesa



## L'importanza dei Macrofattori del servizio

% voti 6 – 10 e voto medio - Valutazione su scala 1 - 10

## Le aree del servizio

		Voto medio
Sicurezza del viaggio	99,7	8,7
Comfort del servizio	99,6	8,8
Informazioni sul servizio	99,5	8,7
Disponibilità del servizio	99,4	8,6
Affidabilità del servizio	99,4	8,7
Accessibilità del servizio	99,4	8,6
Rapporto con l'utenza	99,3	8,6
Impatto ambientale	99,2	8,5



L'importanza dei Macrofattori del servizio  
% valutazioni allineate

Le aree del servizio



Base: totale interviste





## Il giudizio complessivo su ATB



# Customer Satisfaction – Qualità percepita



## Giudizio complessivo sul servizio offerto da ATB (%)

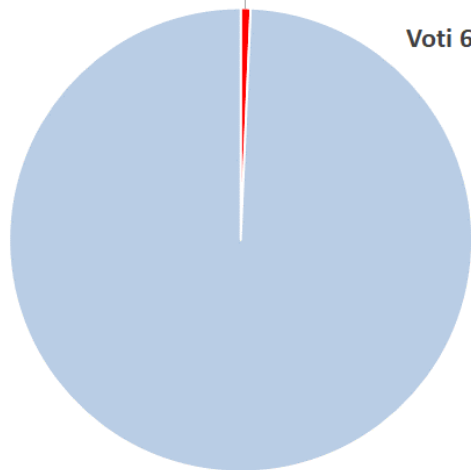
Valutazione su scala 1 - 10

## Giudizio complessivo ATB – Indagine CAPI

Area delle valutazioni positive  
(% di voti 6 - 10) = **99,3%**

Voti 1-5; 0,7

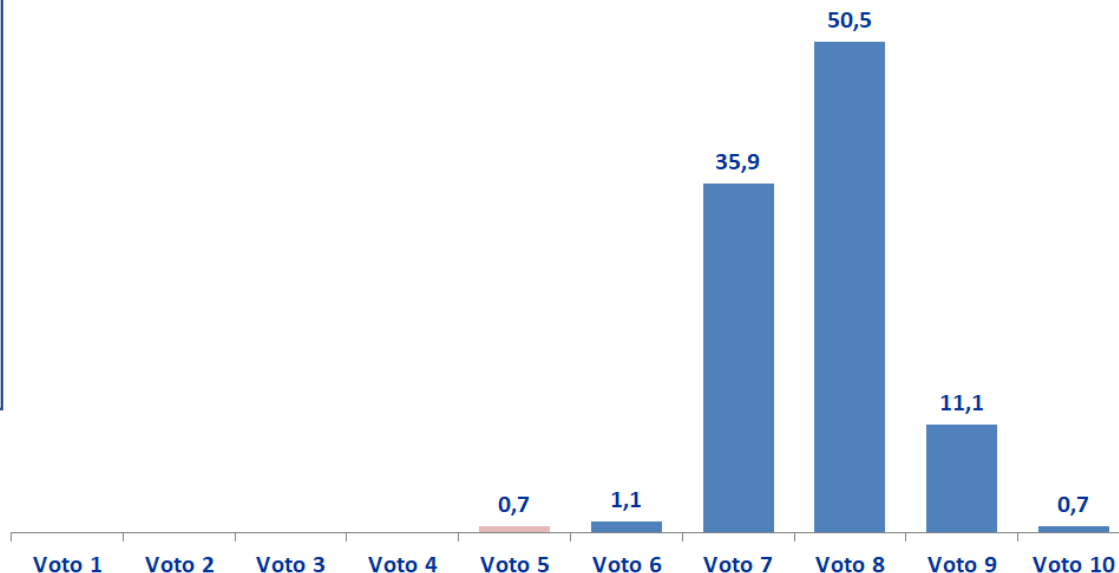
Voti 6-10; 99,3



**Voto Medio = 7,7**

Al termine della batteria di valutazioni sui diversi elementi del servizio e sulla linea utilizzata è stato chiesto agli intervistati anche un giudizio su ATB nel suo complesso  
*(«Che voto darebbe alla qualità del servizio di ATB nel complesso?»)*

### Dettaglio voti espressi



Base: totale interviste CAPI





# Customer Satisfaction – Qualità percepita



Giudizio complessivo sul servizio offerto da ATB (%)

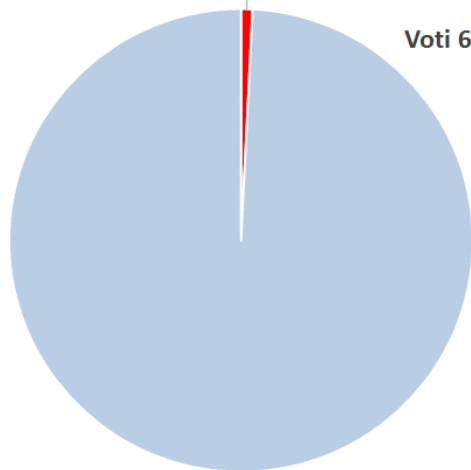
Valutazione su scala 1 - 10

Giudizio complessivo ATB –  
Indagine CATI

Area delle valutazioni positive  
(% di voti 6 - 10) = **99,2%**

Voti 1-5; 0,8

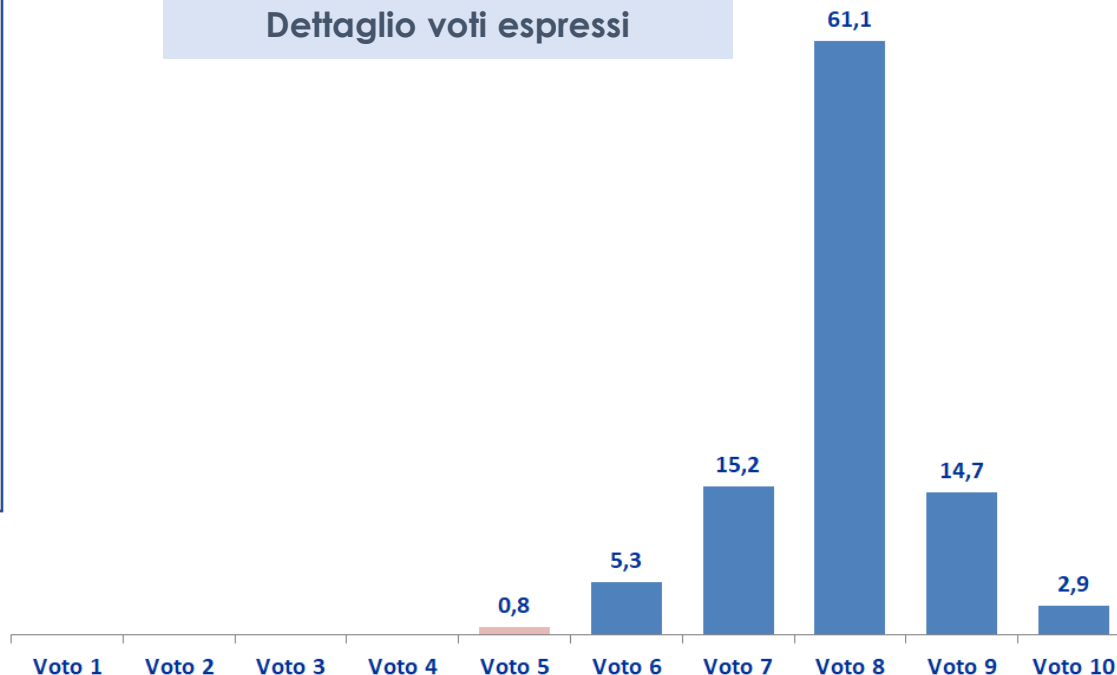
Voti 6-10; 99,2



**Voto Medio = 7,9**

Al termine della batteria di valutazioni sui diversi elementi del servizio e sulla linea utilizzata è stato chiesto agli intervistati anche un giudizio su ATB nel suo complesso  
*(«Che voto darebbe alla qualità del servizio di ATB nel complesso?»)*

Dettaglio voti espressi



Base: totale interviste CATI





## Giudizio complessivo sul servizio offerto da ATB (%) - Sintesi

Valutazione su scala 1 - 10

➔	INDAGINE F to F (CAPI)	Voto Medio = 7,7	% di voti 6 – 10 = 99,3%
➔	SOVRA-CAMPIONE ABBONATI (CATI)	Voto Medio = 7,9	% di voti 6 – 10 = 99,2%
➔	TOTALE VALUTAZIONI	Voto Medio = 7,8	% di voti 6 – 10 = 99,3%



## Net promoters Score

Tutto considerato consiglierebbe a un amico/parente l'uso di questo servizio? (%)

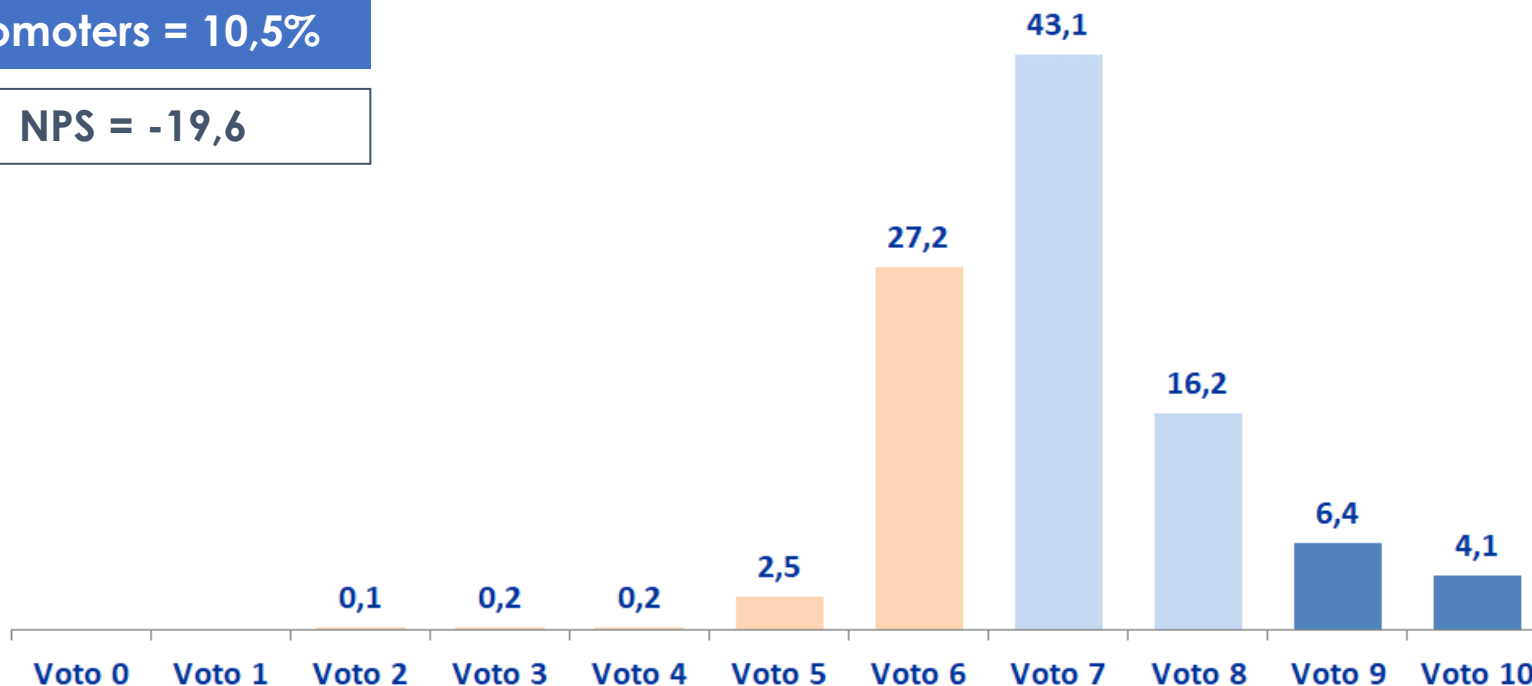
Valutazione su scala 1 - 10

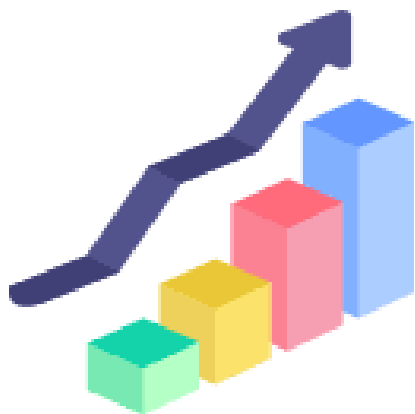
**Detractors = 30,1%**

**Passives = 59,3%**

**Promoters = 10,5%**

**NPS = -19,6**



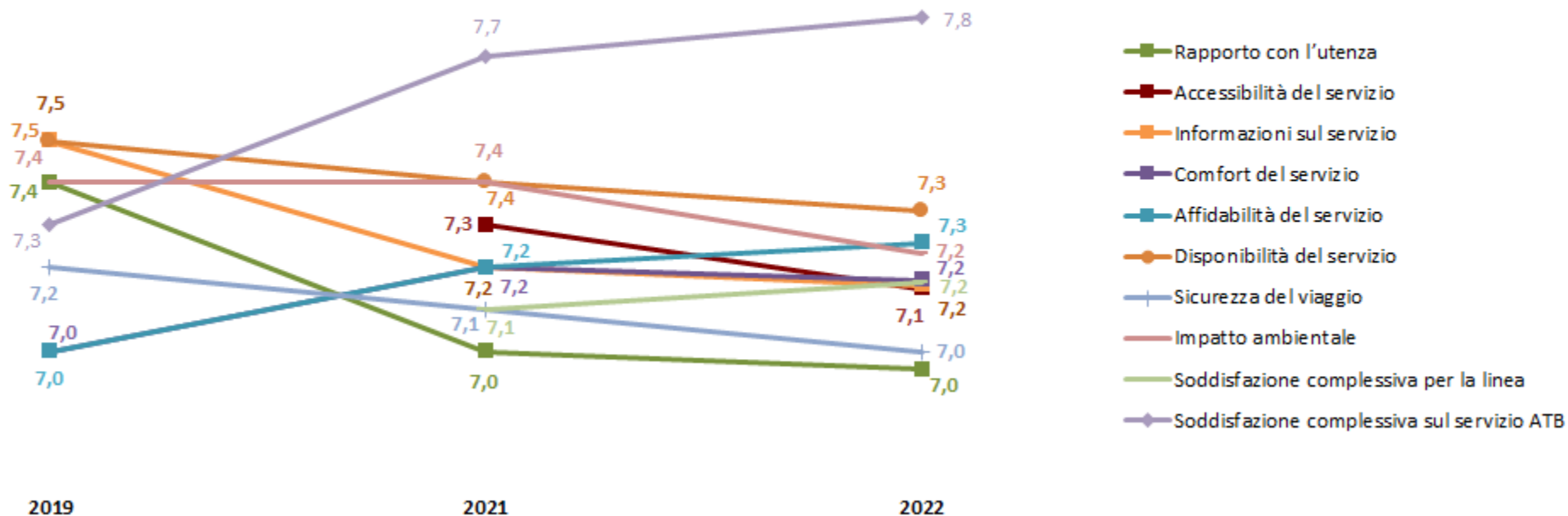


**Il trend**



Trend 2022-2021-2019

## Giudizio sui macrofattori del servizio voto medio – Trend pluriennale





		Totale 2022		Totale 2021		Totale 2019		Delta Voto medio 2022-2021
		v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	
<b>Rapporto con l'utenza</b>	Disponibilità dei dipendenti (personale viaggiante, biglietteria)	7,2	97,3	7,2	95,1	7,5	90,5	0,0
	Disponibilità dei dipendenti biglietterie ATB Point e Autostazione	7,2	97,7	7,2	94,2	7,7	90,4	0,0
	Competenza dei dipendenti (personale viaggiante, biglietteria)	7,3	97,5	7,2	95,1	-	-	0,1
	Aspetto del personale (utilizzo divisa aziendale)	7,3	98,8	7,3	96,6	8,3	96,3	0,0
	Capacità dell'azienda di comunicare, informare, sensibilizzare	7,3	98,3	7,3	97,5	7,2	79,0	0,0
	Capacità di rispondere alle richieste sul servizio/reclami/informazioni	7,3	97,4	7,1	95,0	7,3	78,8	0,2
	Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte dei verificatori	7,2	95,6	7,3	94,3	6,8	75,9	-0,1
	<b>Giudizio complessivo sul rapporto con l'utenza</b>	<b>7,0</b>	<b>98,3</b>	<b>7,0</b>	<b>97,4</b>	<b>7,4</b>	<b>-</b>	<b>0,0</b>
<b>Accessibilità del servizio</b>	Facilità acquisto titoli di viaggio (punti vendita, emittitrici)	7,4	97,8	7,4	96,6	7,7	91,6	0,0
	Facilità di convalida dei titoli di viaggio	7,4	99,3	7,5	99,4	-	-	-0,1
	Possibilità di acquistare titoli di viaggio on-line	7,6	99,4	7,8	99,2	7,1	50,6	-0,2
		<b>Giudizio complessivo sull'accessibilità del servizio</b>	<b>7,1</b>	<b>99,1</b>	<b>7,3</b>	<b>98,7</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Informazioni sul servizio</b>	Disponibilità d'informazioni in generale (alle fermate)	7,4	98,2	7,6	97,8	7,4	86,8	-0,2
	Presenza e aggiornamento informazioni sul tragitto in fermata	7,4	96,5	7,4	96,8	-	-	0,0
	Presenza, aggiornamento e leggibilità d'informazioni su orario	7,1	97,8	7,3	96,2	7,6	94,6	-0,2
		<b>Giudizio complessivo sulle informazioni sul servizio</b>	<b>7,2</b>	<b>98,4</b>	<b>7,2</b>	<b>97,2</b>	<b>7,5</b>	<b>-</b>
<b>Comfort del servizio</b>	Pulizia dei mezzi	7,5	97,9	7,5	97,0	6,8	82,3	0,0
	Pulizia delle fermate	7,4	98,5	7,5	98,0	7,1	86,6	-0,1
	Pulizia dei punti vendita	7,4	97,7	7,5	98,3	-	-	-0,1
	Comfort dei mezzi	7,3	96,6	7,5	98,0	7,2	88,4	-0,2
	Climatizzazione/riscaldamento mezzi	7,4	97,9	7,6	99,0	7,3	90,6	-0,2
	Affollamento dei mezzi/spazio a bordo	7,1	96,5	7,1	87,3	6,0	63,7	0,0
	Funzionamento strumenti operativi e di supporto a bordo (validatori, emittitrici, pedane per disabili)	7,5	98,4	7,5	98,3	7,4	86,8	0,0
		<b>Giudizio complessivo sul comfort del servizio</b>	<b>7,2</b>	<b>98,4</b>	<b>7,2</b>	<b>98,2</b>	<b>7,0</b>	<b>-</b>





		Totale 2022		Totale 2021		Totale 2019		Delta Voto medio 2022-2021
		v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	v.m.	% voti 6-10	
<b>Affidabilità del servizio</b>	Frequenza di passaggio dei mezzi	7,4	98,1	7,5	97,8	6,8	79,9	-0,1
	Regolarità del servizio	7,4	97,9	7,5	98,3	7,2	86,0	-0,1
	Fascia orari di inizio e fine servizio	7,5	98,0	7,5	98,3	7,0	84,6	0,0
	Puntualità delle corse	7,2	97,5	7,3	96,3	6,6	77,2	-0,1
	Durata dello spostamento	7,5	97,4	7,5	99,3	6,9	85,8	0,0
	<b>Giudizio complessivo sull'affidabilità del servizio</b>	<b>7,3</b>	<b>99,0</b>	<b>7,2</b>	<b>98,6</b>	<b>7,0</b>	<b>-</b>	<b>0,1</b>
<b>Disponibilità del servizio</b>	Copertura efficace del territorio servito	7,4	98,3	7,5	98,3	7,5	88,5	-0,1
	Posizione delle fermate e dei collegamenti	7,3	98,4	7,4	98,4	7,7	93,8	-0,1
	<b>Giudizio complessivo sulla disponibilità del servizio</b>	<b>7,3</b>	<b>99,1</b>	<b>7,4</b>	<b>98,8</b>	<b>7,5</b>	<b>-</b>	<b>-0,1</b>
<b>Sicurezza del viaggio</b>	Sicurezza contro crimini (furti, borseggi)	7,1	96,3	7,1	94,5	7,3	87,6	0,0
	Sicurezza contro incidenti (condotta di guida, sicurezza a bordo)	7,2	98,0	7,4	97,2	7,0	86,2	-0,2
	<b>Giudizio complessivo sulla sicurezza del viaggio</b>	<b>7,0</b>	<b>97,7</b>	<b>7,1</b>	<b>95,8</b>	<b>7,2</b>	<b>-</b>	<b>-0,1</b>
<b>Impatto ambientale</b>	Bassi livelli d'inquinamento ambientale (gas di scarico)	7,4	98,5	7,5	97,9	7,4	88,9	-0,1
	Rumorosità del motore e vibrazioni prodotte dal mezzo	7,4	98,8	7,3	97,4	7,0	84,3	0,1
	<b>Giudizio complessivo sull'impatto ambientale</b>	<b>7,2</b>	<b>99,1</b>	<b>7,4</b>	<b>98,0</b>	<b>7,4</b>	<b>-</b>	<b>-0,2</b>
	<b>Soddisfazione complessiva per la linea</b>	<b>7,2</b>	<b>98,8</b>	<b>7,1</b>	<b>97,8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,1</b>
	<b>Soddisfazione complessiva sul servizio ATB</b>	<b>7,8</b>	<b>99,3</b>	<b>7,7</b>	<b>98,9</b>	<b>7,3</b>	<b>93,1</b>	<b>0,1</b>



# La graduatoria





Nel questionario è presente una domanda che richiede direttamente agli intervistati di mettere in graduatoria di importanza (dal primo al settimo posto) alcuni aspetti del servizio.



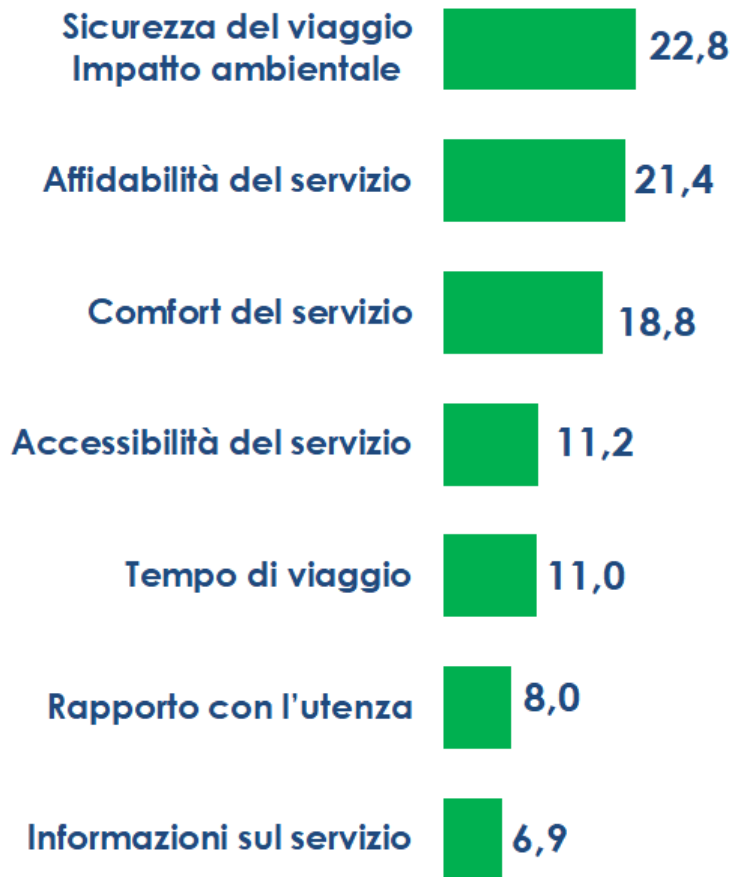
Non sono ammessi parimerito ed è stato richiesto a ciascun intervistato di definire una graduatoria completa.

Di seguito viene fornita una sintesi rispetto alle posizioni poste agli estremi:

- Distribuzione percentuale degli aspetti collocati al primo posto
- Distribuzione percentuale degli aspetti collocati al settimo ed ultimo posto



Quale aspetto del servizio colloca al primo posto? (%)





# Sintesi dei dati





# Sintesi dei dati - 1



- Il campione di utilizzatori intervistato si caratterizza per una **maggiore presenza di donne (57,8%)**; sono presenti soggetti appartenenti a tutte le classi di età, con percentuale più elevata nelle **fasce 18-24 e 45-54 anni**. I viaggiatori si dividono in egual misura tra **occupati (48,5%)** e **non occupati (47,4%)**. In particolare, tra gli occupati, la categoria più presente risulta essere quella degli **impiegati**, con una percentuale pari al **26%**; seguono gli operai (7,7%), gli imprenditori/liberi professionisti (7,6%), gli artigiani/commercianti/esercenti (4,2%) e, infine, i funzionari/dirigenti (2,9%).

La categoria più presente tra i non occupati è quella degli **studenti (33,7%)**; i pensionati rappresentano l'8,1% degli intervistati, le casalinghe il 4,6% e, in ultimo, i disoccupati l'1%.

- La prima motivazione di viaggio è legata a spostamenti per **lavoro (33,8%)**, seguita da motivi di **studio (31,5%)**, servizi personali (15,6%), acquisti (8,7%) e svago-sport (8,4%).
- Nel **76,6%** dei casi gli spostamenti sono effettuati con **frequenza almeno settimanale**; in particolare nella maggioranza dei casi **l'utilizzo è sistematico** (60,3% 5-6 giorni a settimana). Quest'ultimo dato mostra un notevole rialzo rispetto alla precedente edizione (nel 2021 era pari al 48,8%), segno di un ritorno all'utilizzo del trasporto pubblico quasi analogo ai livelli pre-pandemia. Il 17,4% degli intervistati utilizza il servizio occasionalmente.
- Il servizio di viene utilizzato in primo luogo per la **mancaanza di alternative (31,8%)**, dato emergente in particolare nell'indagine CATI rappresentata da un sovra-campione di abbonati; segue **la difficoltà nel parcheggiare (29%)**.



## Sintesi dei dati - 2



Nel complesso, le valutazioni si mostrano perlopiù allineate a quelle della precedente edizione. Vediamo ora gli aspetti più positivi emersi dall'indagine.

- La possibilità di poter **acquistare i titoli di viaggio on-line**, anche se in lieve calo rispetto al 2021 (passa infatti da 7,8 a **7,6**), risulta essere l'aspetto maggiormente apprezzato dai soggetti intervistati. Resta il riconoscimento e l'apprezzamento degli utenti del servizio per l'impegno dell'azienda nell'incrementare i canali di pagamento digitali.
- A seguire troviamo la **pulizia dei mezzi**, valutata con un voto medio pari a **7,5**, analogamente alla precedente edizione. Anche in questo caso, la clientela di ATB continua a mostrare apprezzamento e riconoscimento per l'impegno profuso dell'azienda nel mantenere i mezzi puliti.
- Segue, in termini di maggior apprezzamento, la **durata dello spostamento**. Anche questo aspetto, così come osservato nella precedente rilevazione, mostra un voto medio pari a **7,5**.
- Tra i microfattori indagati, i tre aspetti che hanno mostrato maggiore soddisfazione da parte degli utilizzatori, rispetto al 2021, riguardano la **capacità di rispondere alle richieste sul servizio/reclami/informazioni** (v.m. **7,3** vs 7,1), la **competenza dei dipendenti** (v.m. **7,3** vs 7,2) e la **rumorosità del motore e vibrazioni prodotte dal mezzo** (v.m. **7,4** vs 7,3).
- Per quanto riguarda, invece, le aree del servizio (i macrofattori), gli elementi maggiormente apprezzati risultano essere l'**affidabilità del servizio** e la **disponibilità del servizio**, entrambi con un voto medio pari a **7,3**.



## Sintesi dei dati - 3



- Le valutazioni sulla linea e sul servizio ATB nel complesso mostrano un lieve aumento rispetto alla precedente rilevazione. La **soddisfazione complessiva per la linea**, infatti, passa da un voto medio pari a 7,1 del 2021 al **7,2** di quest'anno. Allo stesso tempo, la **valutazione sul servizio ATB nel suo complesso**, nell'ottica della qualità percepita, raggiunge un voto medio complessivo pari a **7,8** (nel 2021 era pari a 7,7); in dettaglio l'apprezzamento da parte dei **viaggiatori contattati presso le fermate si attesta su una valutazione pari a 7,7** (con il 99,3% di valutazioni comprese tra 6 e 10) mentre nel **sovra-campione di abbonati raggiunge un valore pari a 7,9** (con il 99,2% di valutazioni comprese tra 6 e 10).
- Complessivamente, le valutazioni si mantengono positive, con voti medi superiori al 7 per tutte le aree del servizio indagate.
- Analizzando le evidenze relative all'importanza dei fattori, si osserva l'interesse maggiore in relazione alla **sicurezza del viaggio/impatto ambientale**, seguito dall'**affidabilità del servizio** e dal **comfort**.





### **Sede Legale**

Firenze  
Via Atto Vannucci, 7  
50134 Firenze  
055 470374

### **Sedi Operative**

Roma  
Via dei Galla e Sidama, 23  
00199 Roma  
06 89924900

Milano  
Viale Brianza, 24  
20127 Milano

Firenze  
Via F. Gianni, 4r  
50134 Firenze



Ricerca. Conoscenza. Futuro.

