



CUSTOMER SATISFACTION 2017

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

ATB Azienda Trasporti Bergamo

Rapporto di Ricerca

 datacontact

INDICE

1

Nota metodologica	pag. 2
Profilo del campione	pag. 6
Notorietà e abitudini di utilizzo del servizio di trasporto pubblico	pag. 8
Giudizi e opinioni relative al servizio offerto da ATB Bergamo	pag. 16
Consigli ed aspettative dei fruitori per un miglioramento prospettico del servizio	pag. 28
Sintesi dei Principali Risultati	pag. 32

NOTA METODOLOGICA

2

Soggetto realizzatore:	Datacontact S.r.l.
Committente:	ATB Azienda Trasporti Bergamo
Tipo di rilevazione:	Ricerca di mercato finalizzata alla misurazione della Customer Satisfaction
Universo di riferimento:	Utenti del servizio di trasporto erogato da ATB Bergamo (abbonati ed occasionali)
Unità intervistate:	1.100 casi, di cui 500 con metodologia telefonica (utenti abbonati) e 600 face to face (di cui 300 abbonati e 300 occasionali) per un totale di 800 abbonati e 300 occasionali*.
Periodo di rilevazione:	CAPI: Dal 20 al 24 Novembre 2017 CATI: Dal 20 al 24 Novembre 2017
Metodologia utilizzata:	Interviste telefoniche supportate da sistema C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview) per segmento abbonati (500 casi) Interviste face to face supportate da sistema C.A.P.I. (Computer Aided Personal Interview app Idsurvey su tablet) per utenza complessiva (600 casi)

* Ulteriormente sono state gestite interviste trattate come campioni separati e quindi non comprese in questo elaborato:

- 82 interviste C.A.P.I. a utenti abbonati e occasionali in giornata festiva (domenica 26 novembre)
- 209 interviste C.A.W.I. a utenti abbonati

Tipo di campionamento:

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

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

Errore di campionamento:

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

* Valori stimati sulla base dell'utenza con abbonamento valido nel 2017 (23.704 abbonati)

Pur mantenendo la struttura del questionario di rilevazione omogenea rispetto alla precedente analisi di Customer Satisfaction, anche al fine di consentire un'adeguata analisi dei Trend, in questa edizione sono state apportate alcune modifiche alla sezione Notorietà e abitudini di utilizzo:

Sono state infatti **eliminate alcune domande** ritenute ormai "assodate" e relative a:

- *Motivazioni di utilizzo dei mezzi di trasporto*
- *Durata dello spostamento*
- *Interscambio con altri mezzi*
- *Numero di ticket e carnet acquistati*
- *Notorietà pagina Facebook*

Sono state **inserite nuove domande volte ad approfondire:**

- *Preferenze di scelta del mezzo per raggiungere la Città Alta e motivazioni*
- *Notorietà e gradimento emettitrici a bordo*
- *Preferenze sui canali di contatto e informazione ATB e motivazioni*

NOTA METODOLOGICA (segue) Segmentazione campione per Area di residenza

5

Al fine di permettere la lettura dei dati per area geografica, **il campione intervistato è stato suddiviso in 6 zone** a seconda della posizione del Comune di residenza rispetto alla città di Bergamo.

Qui di seguito vengono elencati solo i **principali** Comuni dichiarati dagli intervistati (per approfondimenti si veda la slide n.7) suddivisi nelle rispettive aree territoriali:

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

PROFILO DEL CAMPIONE

6

FASCIA ORARIA IN CUI E' REALIZZATA L'INTERVISTA	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
7.00-9.30 (orario di punta)	21,7	21,2	25,0	18,3
9.30-12.30 (orario di morbida)	21,3	21,3	20,7	22,0
12.30-14.30 (orario di punta)	35,2	37,0	33,7	36,7
14.30-17.00 (orario di morbida)	8,5	7,8	8,7	8,3
17.00-19.00 (orario di punta)	13,3	12,7	12,0	14,7
	N : 600	N : 600	n:300	n:300

LINEA SU CUI VIENE FATTA L'INTERVISTA:	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
Linea 1	16,0	16,3	16,0	16,0
Linea 2	10,7	10,0	10,7	10,7
Linea 3	2,0	2,0	2,0	2,0
Linea 5	24,7	25,3	24,7	24,7
Linea 6	8,7	9,3	8,7	8,7
Linea 7	7,3	7,7	7,3	7,3
Linea 8	12,3	12,7	12,3	12,3
Linea 9	11,3	11,7	11,3	11,3
Linea 10	3,3	1,3	3,3	3,3
Funicolare di Città	3,7	3,7	3,7	3,7
	N : 600	N : 600	n:300	n:300

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

Sesso	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
Maschio	40,1	40,2	36,4	50,0
Femmina	59,9	59,8	63,6	50,0
	N : 1100	N : 1100	n:800	n:300

Età	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
14-25	48,4	51,2	61,6	13,0
26-45	16,9	17,0	10,4	34,3
46-64	16,8	14,6	10,6	33,3
65 e più	17,9	17,2	17,4	19,3
	N : 1100	N : 1100	n:800	n:300

Titolo di studio	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
Nessuno/elementare	3,1	3,8	3,6	1,7
Media inferiore	28,8	30,3	34,5	13,7
Media superiore	44,8	42,5	45,1	44,0
Laurea/post laurea	21,4	18,0	15,1	38,0
non indica	1,9	5,5	1,6	2,7
	N : 1100	N : 1100	n:800	n:300

PROFILO DEL CAMPIONE (segue)

7

Professione	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
Operaio	5,6	5,4	4,9	7,7
Artigiano	1,6	0,4	1,1	3,0
Commerciante	2,2	0,6	0,6	6,3
Impiegato/insegnante	12,4	14,1	9,8	19,3
Libero professionista / dirigente /imprenditore	6,4	6,1	2,6	16,3
Casalinga	5,3	5,4	4,6	7,0
Pensionato	13,8	14,7	13,8	14,0
Studente	45,3	47,7	57,9	11,7
Disoccupato	4,8	3,2	2,1	12,0
Altro	0,9	0,4	1,3	0,0
Non indica	1,7	2,2	1,4	2,7
	N :1100	N :1100	n:800	n:300

Area di residenza	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
Bergamo	46,5	48,2	45,1	50,0
Est	17,6	22,7	20,1	11,0
Nord	6,6	5,8	7,0	5,3
Ovest	10,8	8,8	10,6	11,3
Sud	15,4	11,7	15,5	15,0
Altro/Non indica	3,2	2,7	1,6	7,3
	N :1100	N :1100	n:800	n:300

Comune di Residenza	Totale %	Tot 2016 %	Abbonati %	Occasionali %
BERGAMO	46,6	48,6	45,3	50,0
SERiate	4,6	3,2	5,8	1,3
TORRE BOLDONE	3,2	1,6	3,9	1,3
CURNO	2,9	4,8	2,5	4,0
DALMINE	2,6	4,5	2,3	3,3
MOZZO	2,6	1,7	2,8	2,0
GRASSOBBIO	2,1	0,8	2,6	0,7
STezzANO	2,1	0,4	2,4	1,3
TREVIOLo	2,1	0,6	1,9	2,7
LALLIO	2,0	0,3	1,9	2,3
PONTERANICA	2,0	1,2	2,0	2,0
RANICA	2,0	2,2	2,1	1,7
SORISOLE	2,0	1,2	2,5	0,7
GORLE	1,9	2,3	2,3	1,0
PONTE SAN PIETRO	1,9	1,5	1,5	3,0
AZZANO SAN PAOLO	1,8	3,2	1,8	2,0
Altro	16,7	21,8	15,8	19,3
Non indica	1,1	0,4	1,0	1,3
	N :1100	N :1100	n:800	n:300

* Al fine di favorire la comparazione longitudinale, nella tabella sono riportati per l'anno 2016 solo i valori relativi ai comuni monitorati anche nel 2017

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

Da quanto tempo utilizza i servizi ATB Bergamo?

9

- monitoraggio rilevazione novembre 2017 / novembre 2016-

	Rilevazione 2017	Rilevazione 2016	Δ (2017-2016)	Significativo* al 95%
Da quest'anno	10,6	9,9	0,7	No
1-3 anni	20,0	20,8	-0,8	No
4-5 anni	16,0	16,6	-0,6	No
Più di 5 anni	52,9	51,8	1,1	No
	N: 1100	N: 1100		

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

Quante linee utilizza per arrivare alla sua meta abituale?

10

- monitoraggio rilevazione novembre 2017 / novembre 2016-

	Rilevazione 2017	Rilevazione 2016	Δ (2017-2016)	Significativo* al 95%
Solo una	49,2	47,0	2,2	No
Più di una	50,2	52,6	-2,4	No
Non indica	0,6	0,5	0,2	No
	N: 1100	N: 1100		

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

Quale linea utilizza prevalentemente per arrivare alla sua meta abituale?

Una sola risposta, la principale

11

- analisi per utenza e tipologia abbonamento

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Linea 5	24,0	25,3	20,7	29,0	29,9	27,1
Linea 8	15,8	15,4	17,0	15,4	16,1	12,7
Linea 1	15,5	15,3	16,0	12,4	3,5	19,3
Linea 9	11,2	10,6	12,7	11,8	9,2	9,8
Linea 2	10,7	9,4	14,3	5,9	23,0	3,3
Linea 6	9,2	10,0	7,0	13,6	8,1	10,3
Linea 7	8,0	8,3	7,3	5,9	8,1	9,0
Linea 10	3,3	3,8	2,0	3,0		5,3
Linea 3	0,5	0,4	0,7	1,2		0,4
Funicolare città alta	0,3		1,0			
Linea 28	0,2	0,3				0,8
Non indica	1,5	1,5	1,3	1,8	2,3	2,1
	N:1100	n:800	n:300	n:169	n:87	n:244

Quale mezzo ATB sceglie prevalentemente per raggiungere Città Alta?

-spontanea-

12

- analisi per utenza e tipologia abbonamento

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Funicolare città alta	10,8	10,0	13,0	13,6	9,2	13,9
Linea 1	36,7	43,8	18,0	41,4	50,6	55,3
Sia Linea 1 che Funicolare	25,7	23,1	32,7	18,9	14,9	11,9
Non utilizzo ATB per raggiungere la città alta	26,7	23,1	36,3	26,0	25,3	18,9
	N:1100	n:800	n:300	n:169	n:87	n:244

(domanda rivolta a quanti dichiarano di utilizzare la Funicolare per raggiungere la città alta)
Lei sa che anche la Linea 1 porta in Città Alta?

13

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

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Sì	92,4	92,5	92,3	91,3	87,5	97,1
No	7,6	7,5	7,7	8,7	12,5	2,9
	N:119	n:80	n:39	n:23	n:8	n:34

Per quale motivo preferisce utilizzare la Funicolare al posto della linea 1 per raggiungere la città alta?

	%	%	%	%	%	%
Perché mi piace di più (particolare/panoramica...)	42,7	37,8	52,8	23,8	14,3	36,4
Perché è più comodo per le mie esigenze	35,5	40,5	25,0	33,3	71,4	51,5
Perché è più veloce/diretta	19,1	18,9	19,4	33,3	14,3	12,1
Altro	0,9		2,8			
Non indica	1,8	2,7		9,5		
	N:110	n:74	n:36	n:21	n:7	n:33

Quale documento di viaggio utilizza prevalentemente?

14

- monitoraggio rilevazione novembre 2017/novembre 2016 -

	Rilevazione 2017	Rilevazione 2016	Δ (2017-2016)	Significativo* al 95%
Ticket orario	14,3	11,2	3,1	No
Carnet 10 viaggi	13,0	16,1	-3,1	No
Abbonamento settimanale	1,6	1,8	-0,2	No
Abbonamento mensile	15,9	12,7	3,2	No
Abbonamento annuale	50,3	54,4	-4,1	No
Regionale IVOL (io viaggio ovunque Lombardia)	4,5	3,6	0,9	No
Mensile IVOP (io viaggio ovunque Provincia)	0,5	0,3	0,2	No
	N: 1100	N: 1100		

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

Con che frequenza utilizza i mezzi ATB?

15

- analisi per linea maggiormente utilizzata -

	Totale %	Linea maggiormente utilizzata						
		Linea 5 %	Linea 8 %	Linea 1 %	Linea 9 %	Linea 2 %	Linea 6 %	Linea 7 %
Tutti i giorni (7 su 7)	31,0	31,8	30,5	30,6	39,8	22,9	24,8	31,8
Solo nei giorni feriali (lun-ven o lun-sab)	34,2	33,0	35,6	38,2	22,0	30,5	45,5	34,1
Solo sabato e festivi	0,2	0,4		0,6				
Qualche volta alla settimana	17,0	16,7	17,8	15,9	13,0	23,7	14,9	23,9
Qualche volta al mese	12,6	12,9	11,5	11,2	19,5	15,3	11,9	6,8
Saltuariamente/qualche volta all'anno	4,2	4,6	4,6	1,8	4,9	5,9	2,0	3,4
Sono solo di passaggio	0,9	0,8		1,8	0,8	1,7	1,0	
	N : 1100	n:264	n:174	n:170	n:123	n:118	n:101	n:88

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

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

17

-monitoraggio rilevazione novembre 2017/ novembre 2016-

	Rilevazione 2017	Rilevazione 2016	Δ (2017-2016)	Significativo* al 95%
Orario di inizio e fine servizio	6,6	7,0	-0,4	Si
Frequenza delle corse	6,5	6,7	-0,2	Si
Rispetto delle corse e delle fermate previste	6,8	7,3	-0,5	Si
Copertura efficace del territorio servito	7,3	7,3	-0,1	No
Posizione delle fermate e dei collegamenti	7,4	7,6	-0,2	Si
Possibilità di acquistare titoli di viaggio integrati (urbano + extraurbano)	7,3	7,1	0,2	Si
Facilità di munirsi dei biglietti e degli abbonamenti	7,7	7,5	0,2	Si
Facilità di trovare le informazioni sulla rete e gli orari	7,4	7,6	-0,2	Si
Informazioni alle fermate (video, cartelli)	7,2	7,4	-0,2	Si
Puntualità delle corse	6,4	6,6	-0,2	Si
Durata dello spostamento	6,8	7,1	-0,2	Si
Cortesia/educazione del personale di guida	7,0	7,1	-0,1	No
Rispetto/comportamento dei verificatori dei titoli di viaggio	7,1	7,2	-0,1	No
Capacità dell'azienda di comunicare, informare e sensibilizzare	6,8	7,0	-0,2	Si
Livello di risposta alle richieste sul servizio/reclami/informazioni	6,8	6,9	-0,2	Si
Riconoscibilità del personale ATB/divisa aziendale	7,7	8,2	-0,4	Si
Frequenza controlli dei titoli di viaggio da parte dei verificatori	6,7	6,4	0,3	Si
	N: 1100	N: 1100		

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

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

	Rilevazione 2017	Rilevazione 2016	Δ (2017-2016)	Significativo* al 95%
Comfort dei mezzi	6,8	6,9	-0,2	Sì
Climatizzazione / riscaldamento dei mezzi	6,9	7,2	-0,3	Sì
Affollamento dei mezzi / spazio a bordo	5,6	5,5	0,1	No
Pulizia dei mezzi	6,5	6,8	-0,3	Sì
Pulizia delle pensiline presenti alle fermate	6,4	6,8	-0,4	Sì
Funzionamento strumenti operativi e di supporto a bordo (validatrici, video, pedane disabili..)	7,1	7,0	0,2	Sì
Accessibilità dei mezzi ai diversamente abili (disabilità motorie - non vedenti – non udenti)	6,9	6,8	0,1	No
Rumore/vibrazioni a bordo mezzo	6,7	6,8	-0,1	No
Sicurezza a bordo (furti, molestie, ecc.)	7,1	7,1	0,0	No
Condotta di guida (frenate, scossoni, curve, ecc.)	6,8	6,6	0,2	Sì
Impegno e rispetto dell'ambiente	7,1	7,2	-0,1	Sì
	N: 1100	N: 1100		

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

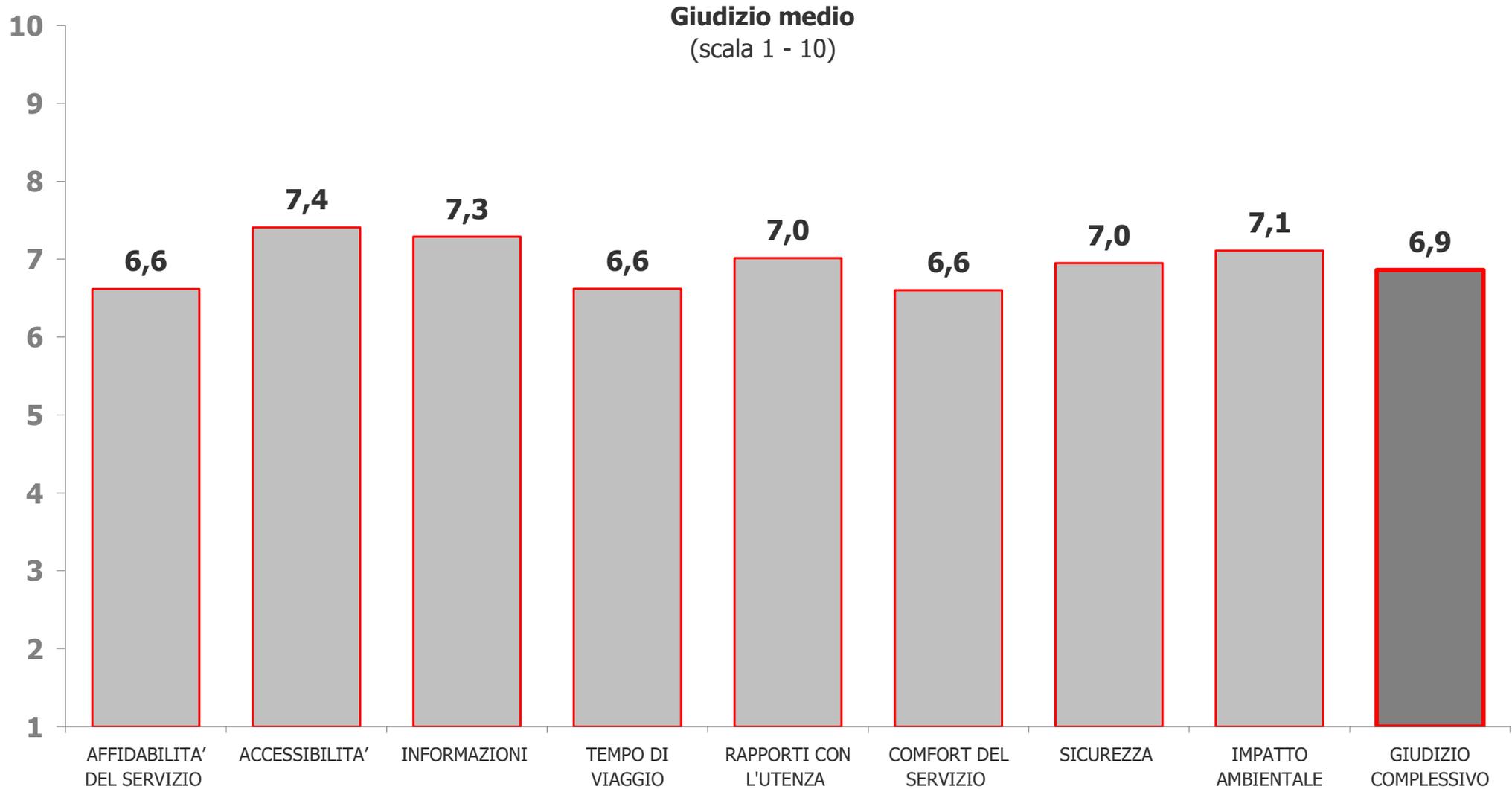
In generale quanto si ritiene soddisfatto del servizio fornito da ATB? (voto 1 -10)

19

-monitoraggio rilevazione novembre 2017/ novembre 2016-

	Rilevazione 2017	Rilevazione 2016	Δ (2017-2016)	Significativo* al 95%
Valutazione Overall	6,9	7,0	-0,2	Si
	N: 1100	N: 1100		

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



Nota: In questo grafico viene rappresentato il giudizio medio di soddisfazione per ogni singolo macrofattore analizzato, ottenuto dalla media dei singoli item proposti e rappresentati nelle slide precedenti.

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Sì, e ho utilizzato il servizio	30,3	26,3	41,0	46,2	12,6	41,0
Sì, ma non ho mai utilizzato il servizio	56,1	62,8	38,3	46,8	74,7	50,0
No, non lo sapevo	13,6	11,0	20,7	7,1	12,6	9,0
	N :1100	n:800	n:300	n:169	n:87	n:244

Quanto considera interessante/utile la presenza di questo servizio (acquisto ticket a bordo mezzi)?

22

- analisi per utenza e tipologia abbonamento

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Molto interessante	54,6	52,9	59,0	57,4	44,8	62,3
Abbastanza interessante	33,4	34,8	29,7	35,5	35,6	32,0
Poco interessante	9,2	9,1	9,3	4,7	18,4	4,9
Per nulla interessante	1,4	1,3	1,7	1,8	1,2	0,8
Non indica	1,6	2,0	0,3	0,6		
	N:1100	n:800	n:300	n:169	n:87	n:244

88,0

Giudizio medio (scale 1 - 4)

	medie	medie	medie	medie	medie	medie
Molto						
Abbastanza	3,4	3,4	3,5	3,5	3,2	3,6
Poco						
Per nulla						
	N:1100	n:800	n:300	n:169	n:87	n:244

Nella ricerca di informazioni su linee, abbonamenti e orari Lei preferisce ...?

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Utilizzare gli strumenti tecnologici (Sito e App)	58,1	57,0	61,0	44,4	9,2	59,0
Rivolgersi all'ATB Point recandosi allo sportello fisico in Porta Nuova	22,5	27,8	8,3	40,8	74,7	26,6
Chiedere al conducente/personale di bordo	15,2	10,8	27,0	6,5	12,6	10,3
Rivolgersi all'ATB Point tramite telefono	3,2	3,3	3,0	4,7	2,3	2,9
Rivolgersi all'ATB Point tramite invio di una e-mail	1,1	1,3	0,7	3,6	1,2	1,2
	N : 1100	n:800	n:300	n:169	n:87	n:244

(domanda rivolta a quanti non utilizzano gli strumenti tecnologici per la ricerca di informazioni)

Per quale motivo non utilizza gli strumenti tecnologici (Sito internet e App) per la ricerca di queste informazioni?

Risposta singola

24

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

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Per abitudine	31,2	29,7	35,9	24,5	19,0	36,0
Perché preferisco un contatto diretto	29,1	32,9	18,0	37,2	26,6	44,0
Perché non ho internet/non so usarlo	28,0	25,0	36,8	20,2	50,6	3,0
Perché il sito/app non sono chiari/fruibili	5,0	4,9	5,1	4,3		8,0
Perché il sito/app non sono aggiornati/affidabili	1,7	2,3		2,1		5,0
Altro	2,6	3,2	0,9	7,5	3,8	1,0
Non so	2,4	2,0	3,4	4,3		3,0
	N:461	n:344	n:117	n:94	n:79	n:100

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

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

- analisi per utenza e tipologia abbonamento

	Totale %	Utenza		Tipologia abbonamento (CATTI)		
		Abbonati %	Occasionali %	Lavoratori %	Over 65 %	Studenti %
Si	61,8	65,4	52,3	59,8	80,5	57,4
No	38,2	34,6	47,7	40,2	19,5	42,6
	<i>N:1100</i>	<i>n:800</i>	<i>n:300</i>	<i>n:169</i>	<i>n:87</i>	<i>n:244</i>

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

	Totale %	Linea maggiormente utilizzata						
		Linea 5 %	Linea 8 %	Linea 1 %	Linea 9 %	Linea 2 %	Linea 6 %	Linea 7 %
Si	61,8	58,7	70,1	62,4	70,7	45,8	63,4	63,6
No	38,2	41,3	29,9	37,7	29,3	54,2	36,6	36,4
	<i>N:1100</i>	<i>n:264</i>	<i>n:174</i>	<i>n:170</i>	<i>n:123</i>	<i>n:118</i>	<i>n:101</i>	<i>n:88</i>

(domanda rivolta a coloro che dichiarano di avere qualche suggerimento da rivolgere ad ATB)

Quali suggerimenti rivolgerebbe ad ATB?

- Risposte spontanee con possibilità di risposta multipla -

27

- analisi per linea maggiormente utilizzata-

	Linea maggiormente utilizzata							
	Totale	Linea 5	Linea 8	Linea 1	Linea 9	Linea 2	Linea 6	Linea 7
	%	%	%	%	%	%	%	%
Più corse nelle ore di punta	47,1	51,6	45,9	54,7	27,6	38,9	51,6	55,4
Più corse alla sera e nei festivi	27,2	21,3	28,7	22,6	29,9	24,1	31,3	41,1
Abbassare i prezzi	25,9	20,0	36,9	28,3	34,5	5,6	18,8	10,7
Maggiore puntualità	25,3	30,3	19,7	17,0	31,0	33,3	26,6	23,2
Meno affollamento	22,5	22,6	22,1	20,8	27,6	11,1	31,3	14,3
Più copertura del territorio / più linee	13,4	15,5	7,4	7,6	12,6	13,0	10,9	17,9
Maggiore rispetto e cortesia personale di guida e controllori	12,4	12,9	14,8	7,6	13,8	13,0	20,3	3,6
Maggiore controllo e sicurezza	10,7	12,9	8,2	4,7	9,2	14,8	21,9	10,7
Più posti a sedere	9,3	13,6	9,8	9,4	5,8	3,7	10,9	1,8
Maggiore efficienza	8,4	10,3	5,7	7,6	10,3	7,4	7,8	3,6
Maggiore pulizia	8,4	7,1	13,9	3,8	12,6	5,6	6,3	7,1
Mezzi più moderni / nuovi	6,5	7,7	1,6	4,7	9,2	5,6	10,9	1,8
Orari più comodi	6,0	8,4	1,6	6,6	5,8	5,6	9,4	5,4
Più comodità delle pensiline e dei mezzi	5,9	3,9	4,1	8,5	9,2	11,1	6,3	
Stile di guida migliore	5,3	6,5	4,1	1,9	6,9	5,6	6,3	5,4
Abbassare il prezzo del biglietto a bordo / possibilità di resto	4,4	2,6	4,1	2,8	4,6	5,6	15,6	1,8
Migliorare la climatizzazione/riscaldamento dei mezzi	4,0	4,5	3,3	2,8	4,6	3,7	6,3	3,6
Maggiore informazione e più chiara	3,2	1,9	1,6	1,9	3,5	9,3	6,3	1,8
Percorsi più brevi	2,4	3,2	0,8		3,5	7,4	3,1	1,8
Altro	8,2	7,7	10,7	4,7	9,2	16,7	6,3	5,4
	N : 680	n : 155	n : 122	n : 106	n : 87	n : 54	n : 64	n : 56

- Sintesi dei principali risultati -

- I fattori analizzati nell'ambito della **qualità attesa/importanza** registrano aspettative superiori agli 8 punti, nel dettaglio:
 - ✓ 8,7 Affidabilità del servizio
 - ✓ 8,6 Accessibilità del servizio
 - ✓ 8,5 Sicurezza
 - ✓ 8,4 Informazioni
 - ✓ 8,4 Impatto ambientale
 - ✓ 8,2 Tempo di viaggio
 - ✓ 8,2 Comfort del servizio
 - ✓ 8,0 Rapporti con l'utenza

- L'86,4% dei clienti sa che è possibile **acquistare i biglietti a bordo**, il 30,3% degli intervistati ha anche utilizzato questo servizio, soprattutto tra gli occasionali (41%) e tra i lavoratori (46,2%). In generale si tratta di una possibilità considerata particolarmente interessante/utile (88%).

- Nella ricerca di informazioni su linee/abbonamenti e orari gli intervistati dichiarano di utilizzare soprattutto gli **strumenti tecnologici** (58,1%). Il 74,7% degli over 65 e il 27,8% degli abbonati tendono invece a preferire l'ATB Point.

Quanti non utilizzano app e sito, fanno riferimento ad altri canali di informazione per abitudine (31,2%), per la preferenza di un contatto diretto (29,1% con maggiore incidenza tra gli studenti 44%) o perché non hanno accesso a internet (28%).

- Oltre la metà dell'utenza ATB (52,9% del campione) dichiara di utilizzare il servizio di trasporto pubblico offerto dall'Azienda **da più di 5 anni** mentre il 10,6% sostiene di aver iniziato da quest'anno (2017).
- Il 50,2% degli intervistati si serve di **più di una linea** per raggiungere la propria meta abituale.
- Le linee maggiormente utilizzate sono:
 - ✓ **Linea 5** (24%) per il 43,2% dai residenti a Sud;
 - ✓ **Linea 8** (15,8%) per il 32,8% dai residenti a Ovest;
 - ✓ **Linea 1** (15,5%) per il 19,3% da studenti;
 - ✓ **Linea 9** (11,2%) per il 59,7% dai residenti a Nord;
 - ✓ **Linea 2** (10,7%) per il 20,2% dai residenti a Bergamo, per il 14,3% dai clienti occasionali e per il 23% dagli OVER 65
- Per raggiungere Città Alta il 73,2% del totale degli intervistati utilizza prevalentemente i servizi ATB (linea 1 e/o funicolare).
- Il 92,4% dei cittadini che utilizzano la **funicolare** è a conoscenza che la Linea 1 collega la città Alta, ma il 42,7 % preferisce usare la prima in quanto più **piacevole/particolare** mentre il 35,5% la sceglie perché **più comoda per i propri spostamenti**.

- In termini di Customer Satisfaction, gli aspetti del servizio ATB maggiormente soddisfacenti sono:
 - 1. Riconoscibilità del personale ATB/ divisa aziendale** (voto medio di 7,7)
 - 2. Facilità di munirsi dei biglietti e degli abbonamenti** (voto medio di 7,6)
 - 3. Posizione delle fermate e dei collegamenti** (voto medio di 7,4)
 - 4. Facilità di trovare informazioni sulla rete e gli orari** (voto medio di 7,4)
 - 5. Copertura efficace del territorio servito** (voto medio di 7,3)
 - 6. Possibilità di acquistare titoli di viaggio integrati** (voto medio di 7,2)

- ✓ Tutti gli aspetti sottoposti al giudizio dell'utenza raggiungono un punteggio positivo, ovvero superiore a 6,5, ad esclusione dell' **Affollamento dei mezzi** che si conferma al di sotto della soglia di sufficienza (5,6).

- Il voto medio di **soddisfazione** sul servizio ATB è pari a **6,9** così suddiviso:
 - ✓ 7,4 Accessibilità del servizio
 - ✓ 7,3 Informazioni
 - ✓ 7,1 Impatto ambientale
 - ✓ 7,0 Rapporti con l'utenza e Sicurezza
 - ✓ 6,6 Affidabilità del servizio, Tempo di viaggio e Comfort del servizio

datacontact

contact center - ricerche di mercato
comunicazione multimediale

misurare
conoscere
comunicare



MATERA – MILANO – ROMA – BARI - POTENZA

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

www.datacontact.it - info@datacontact.it
numero verde 800.066.366