

O.d.G. del _____

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE PER IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE N° 20

Deliberazione n°

del

OGGETTO DELLA PROPOSTA

INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION 2010. PRESA D'ATTO.

Ufficio proponente: Staff Qualità.

ALLEGATI/NOTE:

1) Relazione conclusiva, indagine di customer satisfaction 2010

Il Direttore Generale, di concerto con lo Staff Qualità composto dal Responsabile Area Esercizio e Sosta, p.i. sig. Cosimo Russo, e dal Capo Unità Organizzativa AA. GG. e P.R., dottoressa Tiziana Tursi:

Premesso:

- che l'AMAT S.p.A. è tenuta a verificare periodicamente il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità individuati dal DPCM del 27/01/1994 e dal DPCM del 30/12/1998, in applicazione della normativa di settore e del vigente contratto di servizio;
- che il Consiglio di Amministrazione con deliberazione n°96 del 23/12/2010 ha autorizzato lo Staff Qualità ad avvalersi per l'esecuzione dell'indagine di customer satisfaction 2010, relativa ai servizi di Trasporto Pubblico Locale e, per la prima volta, della Sosta Tariffata, del personale adibito alle mansioni di "assistente" opportunamente affiancato da verificatori titoli di viaggio e da operatori della Mobilità;
- che l'indagine di customer satisfaction si è svolta nel periodo compreso tra il 21 dicembre 2010 e il 07 gennaio 2011 mediante la somministrazione di n°1172 questionari (772 per il TPL e 400 per la sosta tariffata);

Considerato:

- che l'indagine si è proposta di raggiungere per ciascun settore i seguenti obiettivi:
 1. Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità;
 2. Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini sui servizi gestiti dall'AMAT S.p.A. nel suo complesso;
 3. Individuare gli aspetti dei servizi percepiti come prioritari dagli utenti per indirizzare le scelte future dell'AMAT S.p.A. dirette al loro miglioramento;
 4. Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire un servizio di qualità.

Rilevato:

- che lo Staff Qualità ha illustrato i risultati dell'indagine nella relazione di cui alla nota del giorno 08/08/2011, prot.15089_UAG, i cui i dati e le più significative informazioni raccolte sugli standard di qualità consentono di riepilogare la seguente situazione:

Trasporto Pubblico Locale:

Aspetto	Giudizio	Percentuale
Sicurezza del viaggio	Non soddisfatti	56%
Puntualità degli Autobus	Non soddisfatti	84%
Pulizia degli Autobus	Non Soddisfatti	76%
Informazione sulle corse	Soddisfatti	70%
Cortesia del personale	Soddisfatti	87%
Comfort del viaggio	Non Soddisfatti	71%
Infrastrutture	Soddisfatti	52%
Distribuzione dei punti vendita	Soddisfatti	94%
Giudizio complessivo sull'AMAT	Soddisfatti	59%

Sosta Tariffata

Aspetto	Giudizio	Percentuale
Disponibilità degli stalli di sosta a pagamento	Non soddisfatti	54%
Qualità del servizio nelle Aree di Sosta	Soddisfatti	74%
Disponibilità dei parcometri	Non Soddisfatti	56%
Segnaletica verticale	Soddisfatti	63%
Cortesia del personale	Soddisfatti	90%
Informazioni alla clientela	Soddisfatti	69%
Distribuzione dei punti vendita	Soddisfatti	60%
Giudizio complessivo sull'AMAT	Soddisfatti	75%

Si propone di:

- Prendere atto della suddetta relazione.

IL RESPONSABILE AREA ESERCIZIO E SOSTA _____

IL CAPO UNITÀ AA.GG. PP.RR. E SINISTRI _____

IL DIRETTORE GENERALE _____

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- Esaminata la relazione che precede;
- Visti gli atti;
- Visto il codice civile e lo Statuto della Società;

A voti _____

DELIBERA

- 1) Di prendere atto della relazione, contrassegnata dal n° 15089_UAG di protocollo del giorno 08/08/2011, redatta dalla Staff Qualità aziendale in merito all'indagine di "Customer Satisfaction" riferita all'anno 2010;
- 2) Di impegnare, sulla base delle risultanze evidenziate in tale relazione, i competenti Responsabili aziendali ad adottare i necessari interventi per riportare al grado di soddisfazione quegli standard che la clientela ha qualificato come insoddisfacenti.

**INDAGINE
CUSTOMER SATISFACTION 2010
- AMAT S.p.A. -**

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION 2010- AMAT S.p.A.

a cura dello Staff Qualità Amat S.p.A.

p.i. Sig. Cosimo Russo - dottoressa Tiziana Tursi

INDICE:

PREMESSA

SEZIONE UNO:

CAPITOLO 1) INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.p.A. – IL TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

- 1.1 Realizzazione dell'indagine
- 1.2 Definizione dell'obiettivo
- 1.3 Scelta del tipo di intervista
- 1.4 Stesura del questionario
- 1.5 Selezione delle unità del campione da intervistare
- 1.6 Risultati della Rilevazione
- 1.7 Identità del campione intervistato
- 1.8 Risposte finalizzate a conoscere il parere degli intervistati sugli standard di qualità del servizio
- 1.9 Raffronto risultati delle indagini anni 2007 – 2010

SEZIONE DUE:

CAPITOLO 2) INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.p.A. – IL SERVIZIO DI SOSTA TARIFFATA

- 2.1 Realizzazione dell'indagine
- 2.2 Definizione dell'obiettivo
- 2.3 Scelta del tipo di intervista
- 2.4 Stesura del questionario
- 2.5 Selezione delle unità del campione da intervistare
- 2.6 Risultati della Rilevazione
- 2.7 Identità del campione intervistato
- 2.8 Risposte finalizzate a conoscere il parere degli intervistati sugli standard di qualità del servizio

SEZIONE TRE:

CAPITOLO 3) CONCLUSIONI

3.1 Considerazioni conclusive

ALLEGATI:

1. Questionario di indagine TPL;
2. Grafici riepilogativi dei risultati dell'indagine TPL:
 - a) Campione completo;
 - b) Campione parziale per tipologia di utenti intervistati (Abbonati, Occasionali, Abituali);
3. Questionario di indagine SOSTA;
4. Bozza nuovo questionario della sosta
5. Grafici riepilogativi dei risultati dell'indagine SOSTA:
 - a. Campione completo;
6. Questionario Federconsumatori Puglia e rassegna stampa del 14 luglio 2011;
7. Rassegna Stampa Indagine Customers del 05 e 08 agosto 2011

PREMESSA

L'indagine di customer satisfaction 2010, realizzata mediante la somministrazione di complessivi n°1172 questionari (n°772 per il TPL e n°400 per la Sosta Tariffata) dal personale adibito alle mansioni di "assistente" opportunamente affiancato da verificatori titoli di viaggio e da Operatori della Mobilità giusta deliberazione del CDA n°96 del 23/12/2010, è frutto del lavoro dello Staff Qualità.

L'indagine, di cui si espongono nel seguito i risultati si articola in 3 sezioni:

- 1. la prima sezione è incentrata sulla valutazione delle performance di qualità del servizio di trasporto pubblico riferita all'anno 2010 e sull'evoluzione delle performance di qualità del servizio di trasporto pubblico nel corso degli anni 2007 - 2010;*
- 2. la seconda sezione presenta i primi risultati della prima indagine riguardante la sosta tariffata, affidata dal Comune di Taranto alla Società AMAT dall'agosto del 2007;*
- 3. la terza sezione è dedicata alle riflessioni conclusive.*

SEZIONE UNO

CAPITOLO 1 - INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.p.A. 2010 – IL TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

1.1 Realizzazione dell'indagine

Nel progettare il questionario, la cui realizzazione, elaborazione dei dati raccolti e analisi valutativa è stata condotta esclusivamente da personale aziendale, sono stati tenuti presenti i seguenti riferimenti:

- Norma UNI EN ISO 9001:2008, paragrafo 8.2.1.;
- Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica sulla qualità percepita dai cittadini del 23/04/2004;
- DPCM DEL 30/12/1998.

1.2 Definizione dell'obiettivo

L'indagine si è proposta di raggiungere i seguenti obiettivi:

- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità individuati dal DPCM del 27/01/1994 e dal DPCM del 30/12/1998;
- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini sul servizio di trasporto pubblico gestito dall'AMAT S.p.A. nel suo complesso;
- ⇒ Individuare gli aspetti del servizio di trasporto pubblico percepiti come prioritari dagli utenti per indirizzare le scelte future dell'AMAT S.p.A. dirette al loro miglioramento;
- ⇒ Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire un servizio di qualità.

1.3 Scelta del tipo di intervista

Il questionario è stato somministrato agli utenti dal 21 dicembre 2010 al 07 gennaio 2011 dal personale adibito alle mansioni di “assistente”, opportunamente affiancato da verificatori titoli di viaggio e da Operatori della Mobilità.

I luoghi di incontro con il pubblico sono stati i mezzi pubblici, i capolinea e l'ufficio commerciale dell'Amat S.p.A.

Il personale è stato impegnato in un breve corso di formazione tenuto dallo Staff Qualità nel corso del quale sono state fornite delle linee guida e degli ausili didattici per svolgere al meglio il lavoro.

1.4. Stesura del questionario

L'indagine è stata condotta utilizzando lo schema di questionario (all.1) utilizzato e consolidato nelle passate edizioni che, come è noto, nella sua stesura ha osservato le prescrizioni di cui al DPCM 30/12/1998 per l'individuazione degli standard di qualità da sottoporre al giudizio degli utenti attraverso il monitoraggio.

1.5 Selezione delle unità del campione da intervistare

Il questionario è stato distribuito in modo non specifico agli utenti del servizio di trasporto pubblico tra cui sono state individuate tre precise tipologie:

1. coloro che utilizzano il bus in modo continuo, avvalendosi dell'abbonamento;
2. coloro che utilizzano il bus in modo occasionale, poche volte nel corso del mese avvalendosi del biglietto;
3. coloro che utilizzano il bus in modo abituale, fino a tre volte a settimana avvalendosi del biglietto.

1.6 Risultati della rilevazione

Il numero dei questionari, debitamente compilati, è risultato pari a 772, inferiore del 20% rispetto alla rilevazione effettuata l'anno precedente (961).

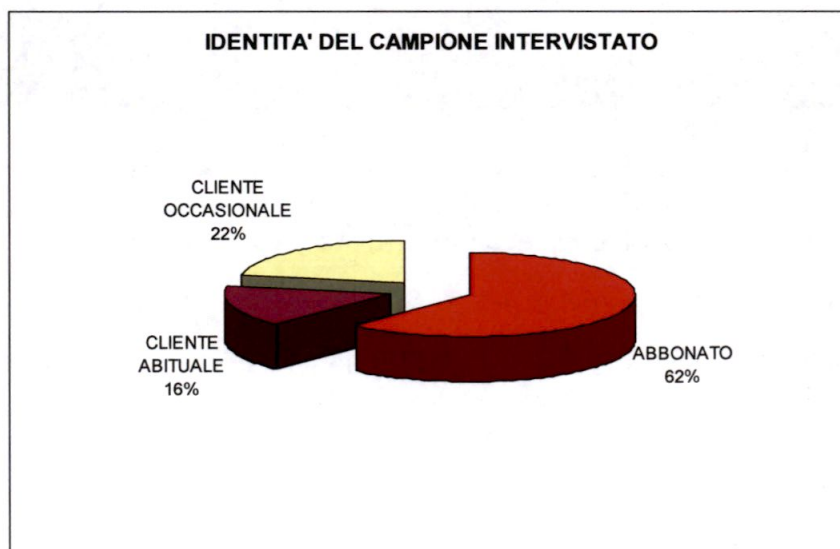
Il numero inferiore di interviste raccolte è derivato dalla necessità di impiegare il personale anche nell'indagine di customer satisfaction sulla sosta tariffata, che è stata condotta nello stesso arco di tempo.

Nel predisporre il questionario si è inteso sollecitare gli intervistati a produrre due ordini di informazioni:

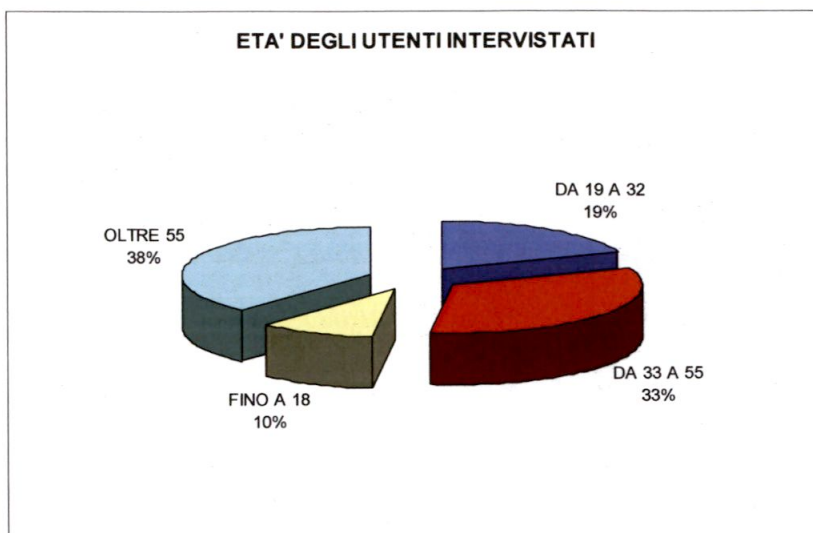
- 1) *quelle dirette a conoscere l'identità dell'intervistato;*
- 2) *quelle destinate a conoscere il giudizio dell'utente in merito agli standard di qualità del servizio;*
- 3) *quelle destinate a conoscere il giudizio complessivo sull'Azienda.*

Qui di seguito si illustrano i risultati delle interviste:

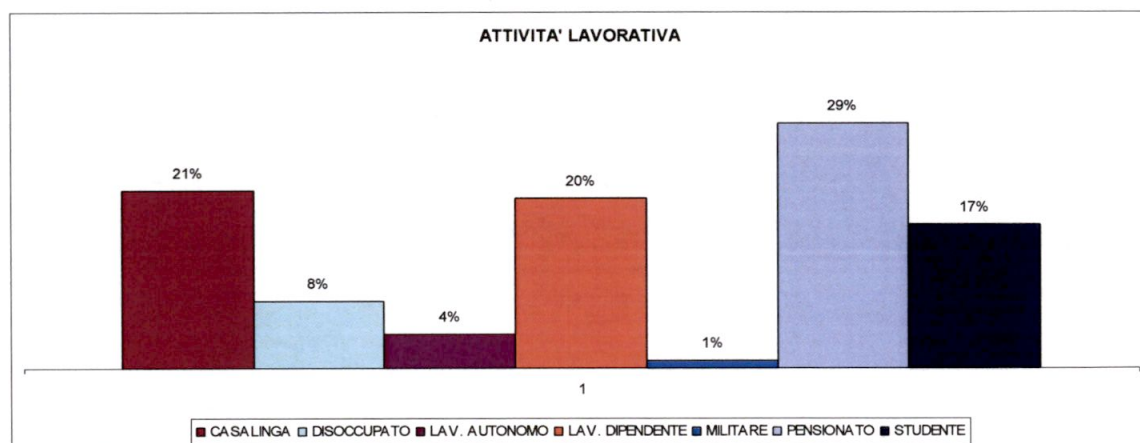
1.7 Identità del campione intervistato



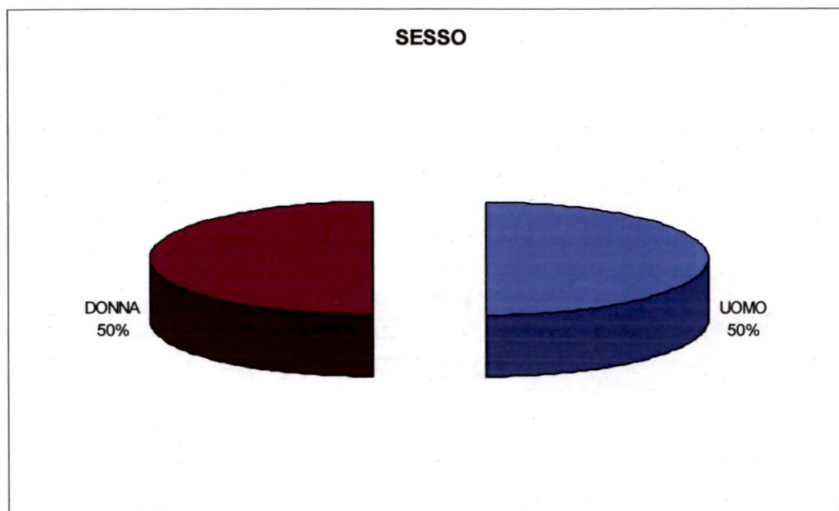
Il 62% degli utenti intervistati utilizza il mezzo pubblico con continuità tanto da acquistare l'abbonamento, il 16% ne fa uso abitualmente, il 22% si avvale del bus in modo occasionale.



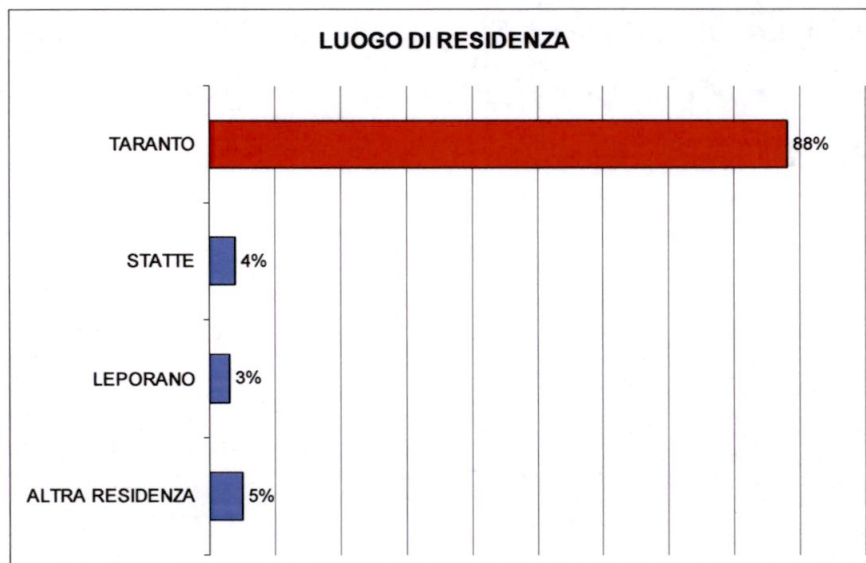
Il 38% degli intervistati ha una età superiore ai 55 anni, il 33% ha una età compresa tra 33 e 55 anni, il 19% rientra nella fascia di età compresa tra 19 e 32 anni, Il restante 10% è costituito da giovani fino a 18 anni.



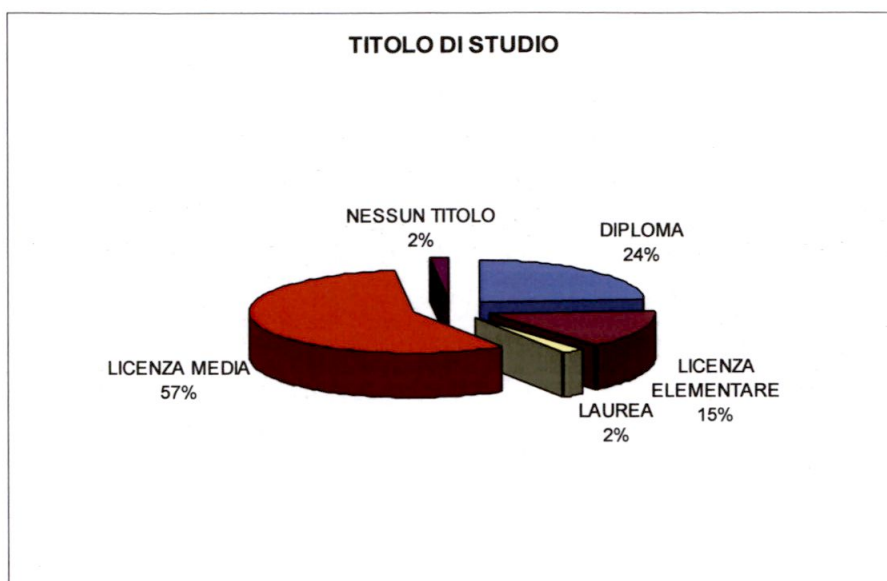
Il campione intervistato svolge la seguente attività lavorativa (nel grafico da sinistra verso destra): casalinghe 21%, non occupati 8%, lavoratori autonomi 4%, lavoratori dipendenti 20%, militari 1%, pensionati 29%, studenti per 17% .



Il campione esaminato è risultato essere equamente ripartito tra uomini e donne.



Si è ritenuto opportuno rilevare la provenienza dell'intervistato per conoscere l'origine del suo spostamento: è emerso che maggior parte degli utenti intervistati (88%) risiede nel Comune di Taranto.



Il relazione al titolo di studio il campione si compone per il 57% da persone in possesso della licenza media, per il 24% da diplomati, per il 15% da coloro che sono in possesso della licenza elementare, per il 2% da laureati, il 2% non possiede alcun titolo di studio.

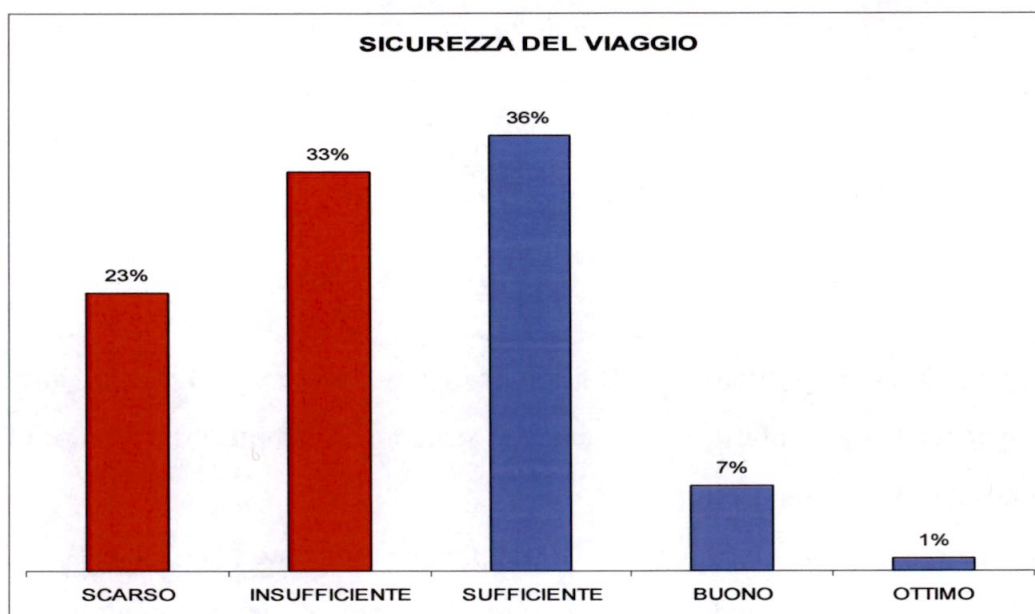
1.8 Risposte finalizzate a conoscere il parere degli intervistati sugli standard di qualità del servizio.

Agli intervistati è stato chiesto di esprimere un parere sugli standard di qualità del servizio di trasporto pubblico richiamati nella Carta della Mobilità AMAT. Le possibilità di giudizio sugli standard offerte agli utenti e indicate nel questionario sono state le seguenti: scarso, insufficiente, sufficiente, buono ottimo.

Di seguito si espongono i risultati delle rilevazioni:

Sicurezza del Viaggio.

Gli intervistati sono stati interrogati sulla sicurezza del viaggio intesa in termini di incolumità fisica della persona e salvaguardia dei beni trasportati.

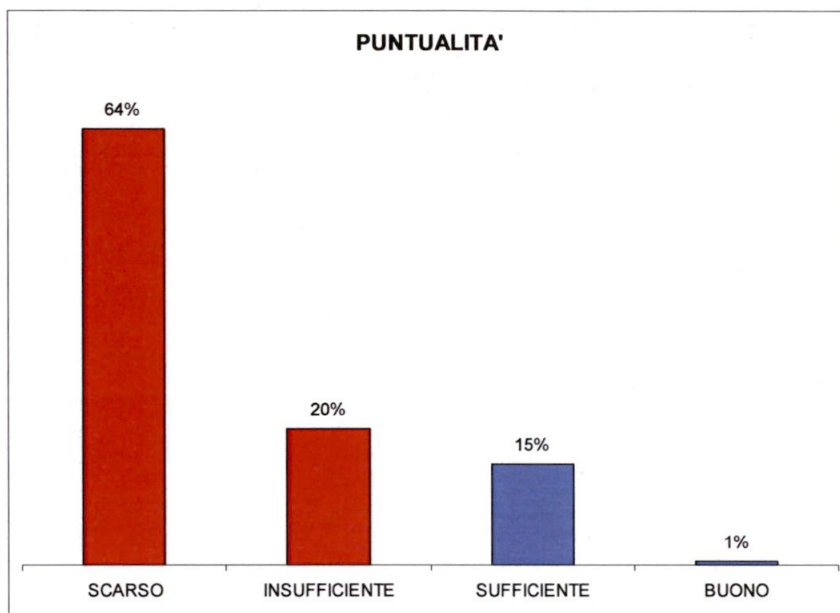


Il 23% degli intervistati ha dichiarato che il livello di sicurezza dei mezzi pubblici è scarso, il 33% che è insufficiente, il 36% che è sufficiente, il 7% che è buono, l'1% che è ottimo.

Si osserva che la quota più alta degli intervistati, il 36%, ha rilevato che il livello di sicurezza è sufficiente; tuttavia, se si sommano i risultati positivi e quelli negativi, il giudizio degli utenti è complessivamente sfavorevole all'Azienda: infatti il 56% degli intervistati si è espresso negativamente a fronte del 44% che si è espresso positivamente.

Puntualità.

Il campione è stato interrogato sulla regolarità del viaggio intesa in termini di garanzia della puntualità del servizio offerto e dalla certezza di raggiungere le proprie destinazioni in tempi precisi.

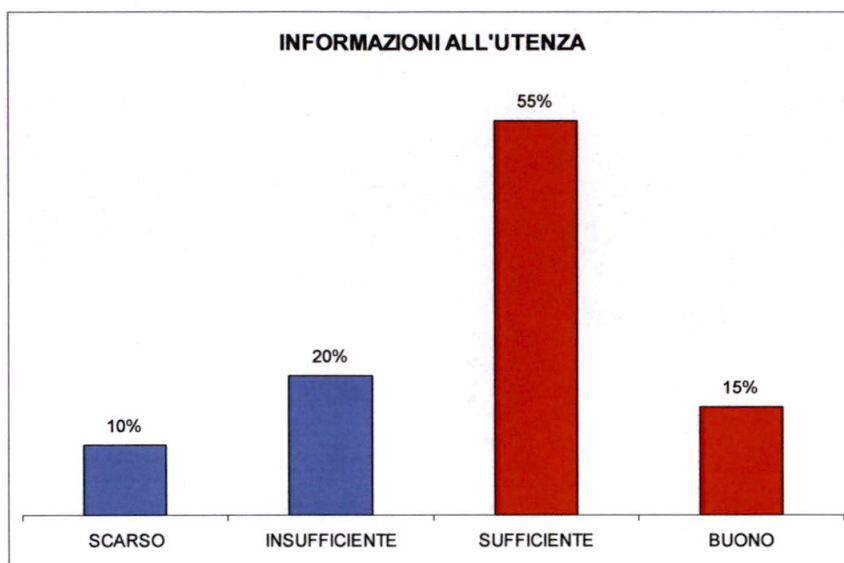


Una larga maggioranza degli intervistati ha rilevato che il livello di puntualità è inaccettabile: il 64%, infatti, lo ha giudicato scarso. Ha ritenuto insufficiente tale standard anche il 20% degli intervistati.

Ne deriva che la maggior parte del campione intervistato (84%) giudica negativamente tale fattore, di contro solo il 16% degli utenti si è espresso positivamente (15% sufficiente, 1% buono).

Informazioni.

Agli intervistati è stato chiesto se le informazioni fornite al pubblico, sia sul servizio che sugli aspetti aziendali di maggiore utilità per gli stessi, siano qualificate, puntuali e capillari. In particolare si è chiesto se gli intervistati fossero soddisfatti dalla linea telefonica dedicata, sito internet, stampa, TV, personale di front-office.

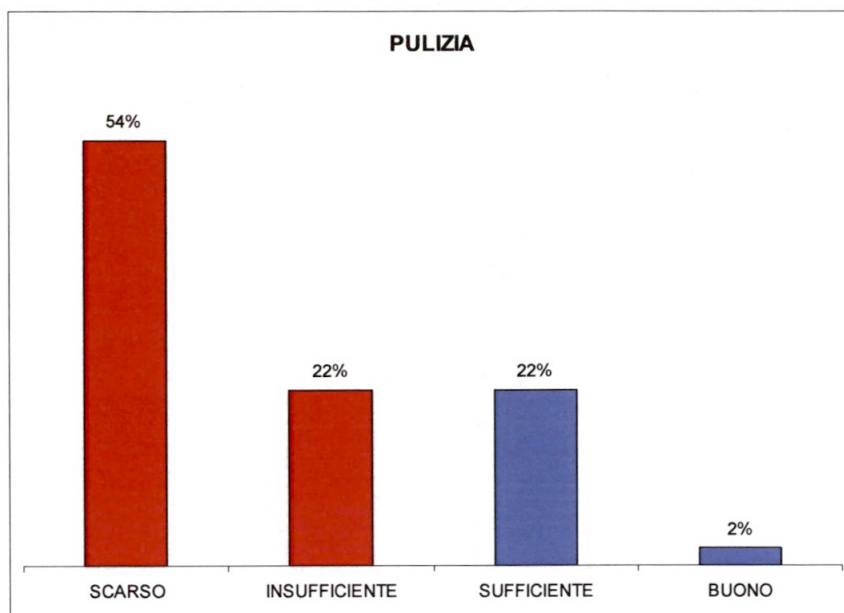


La maggioranza degli intervistati ha espresso il proprio gradimento sul servizio informazioni: il 55% ritiene che sia sufficiente, il 15% buono, il 20% insufficiente ed infine il 10% scarso.

Il giudizio complessivo del campione su questo standard è positivo per il 70%, è negativo per il 30%.

Pulizia dei mezzi.

Lo standard sul quale è stato rivolto il quesito riguarda le condizioni igieniche dei mezzi di trasporto interne ed esterne.

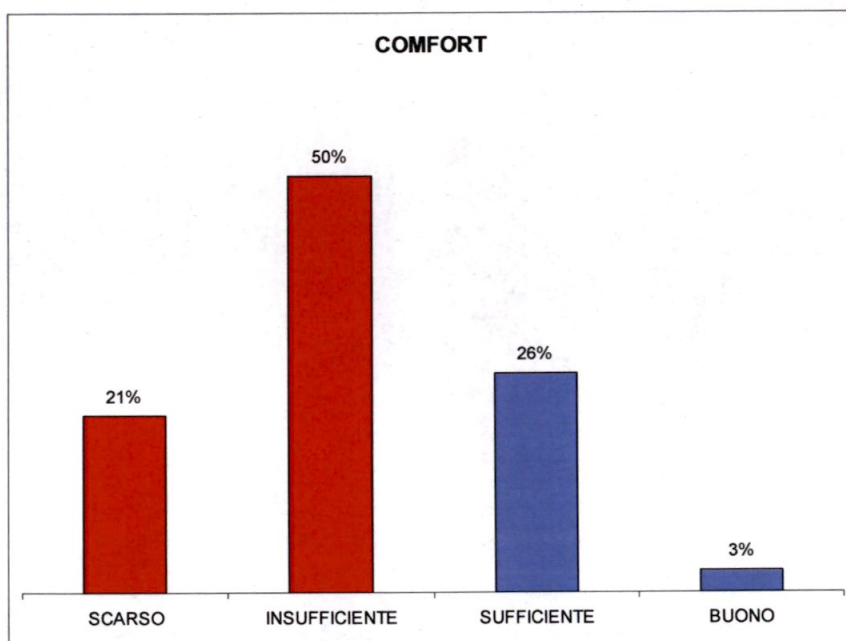


Il 54% degli intervistati ha espresso un giudizio di scarso, il 22% ha dichiarato che il livello di pulizia dei mezzi pubblici è insufficiente, il 22% ha rilevato che è solo sufficiente, il 2% che è buono.

E' evidente che l'opinione prevalente (76%) degli intervistati su tale fattore è negativa e solo per il 24% non lo è.

Comfort del viaggio.

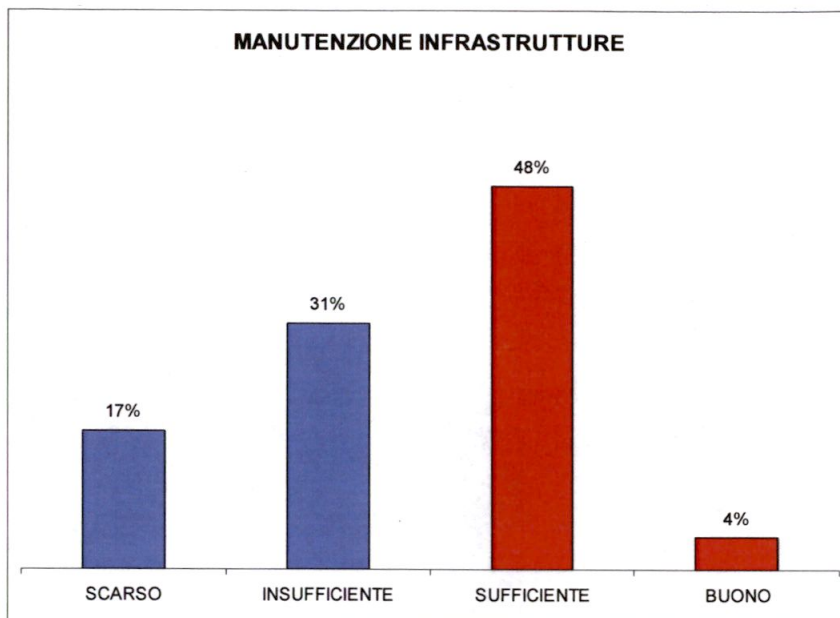
Lo standard si riferisce al comfort del viaggio, in particolare alla climatizzazione, alle sedute e all'affollamento della vettura che possono dissuadere o incentivare l'utilizzo del mezzo pubblico.



Il 21% degli intervistati ha espresso un giudizio di scarso sul livello di comfort, il 50% ha dichiarato tale livello insufficiente, il 26% ha rilevato che il confort dei mezzi pubblici è solo sufficiente, il 2% buono. Anche in questo caso è evidente che per il 61% degli intervistati la percezione di tale fattore è negativa e solo per il 29% non lo è.

Manutenzione delle infrastrutture.

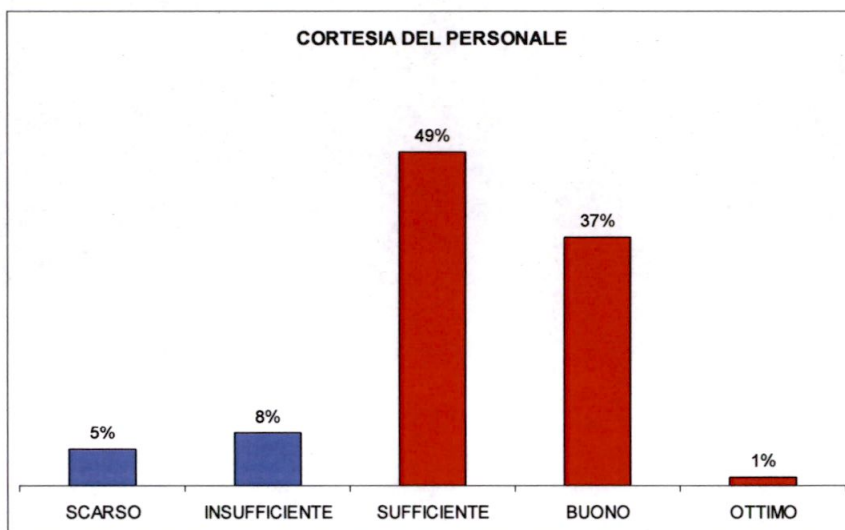
Lo standard si riferisce al numero e alla manutenzione delle strutture di attesa del pubblico, in particolare la sala di attesa dell'ufficio vendite, le paline e le pensiline.



La maggioranza degli interessati il 52% ha espresso un giudizio positivo su questo fattore: 48% sufficiente, 4% buono. Solo il 48% degli intervistati ha espresso un giudizio negativo composto per il 31% da insufficienza e per il 17% da scarsità.

Cortesia del personale.

Lo standard concerne il personale di guida, quello ispettivo, il personale degli uffici aperti al pubblico e quello del servizio informazioni. Essi sono tenuti a trattare gli utenti con rispetto e cortesia, agevolandoli nell'esercizio dei loro diritti e fornendo loro tutte le informazioni richieste.

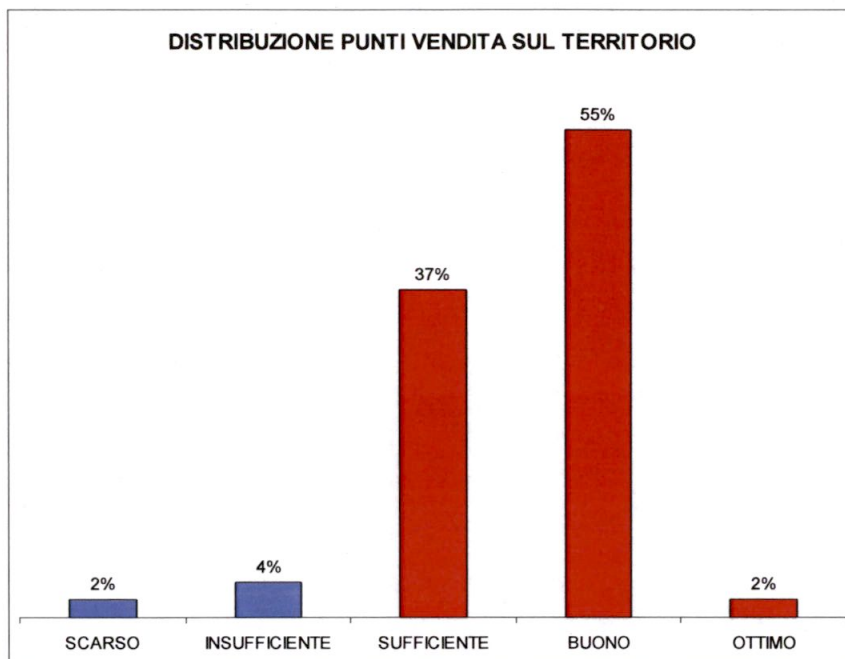


Il 49% del campione intervistato ha espresso un giudizio di sufficiente, il 37% ha espresso il giudizio di buono, l'1% di ottimo, il 5% scarso e l'8% insufficiente.

Il giudizio complessivo degli intervistati sul fattore "cortesia del personale" è quindi positivo per il 87%, è negativo per il 13%.

Distribuzione dei punti vendita.

Lo standard concerne l'aspetto commerciale dell'attività, inteso nel senso di rendere il più agevole possibile il momento dell'acquisto o del rinnovo dei titoli di viaggio.

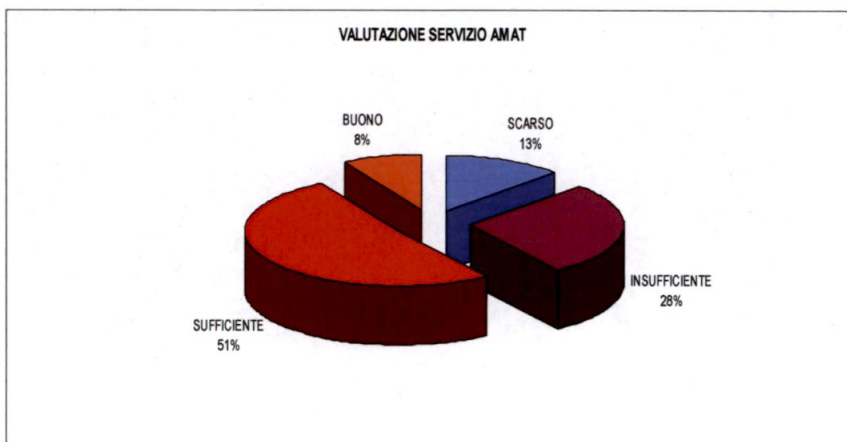


Il 55% ha espresso un giudizio di buono, il 37% di sufficiente, il 2% di ottimo, il 4% di insufficiente, il 2% di scarso.

Il giudizio complessivo degli intervistati sullo standard per il 94% è quindi positivo, per il 6% è negativo.

Giudizio complessivo sull'Amat Spa

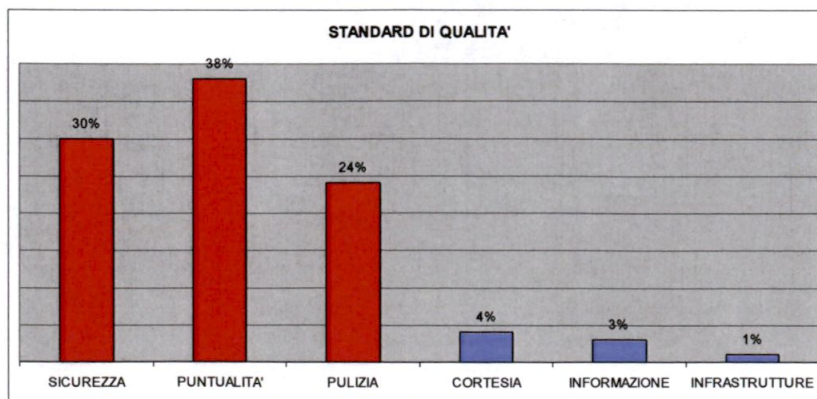
Agli intervistati è stato anche chiesto di esprimere un giudizio complessivo sul servizio fornito dall'Azienda, che a dispetto dell'opinione negativa registrata su alcuni standard del servizio, è stato positivo per il 59% (51% sufficiente, 8% buono) e negativo per il 41% (13% scarso e 28% insufficiente).



Standard da privilegiare e suggerimenti per migliorare il servizio

Oltre al giudizio sugli standard, è stato chiesto all'utenza di esprimere una preferenza verso gli aspetti del servizio ritenuti prioritari, e quindi da privilegiare negli investimenti aziendali, nonché di fornire suggerimenti per il miglioramento del servizio.

Per quanto concerne il primo argomento, gli intervistati hanno accreditato particolare valenza alla puntualità (38%), alla sicurezza (30%) e alla pulizia (24%). Confermando che gli standard sui quali le persone hanno espresso un giudizio negativo, sono gli stessi ritenuti prioritari e sui quali è necessario concentrare i maggiori interventi riorganizzativi.

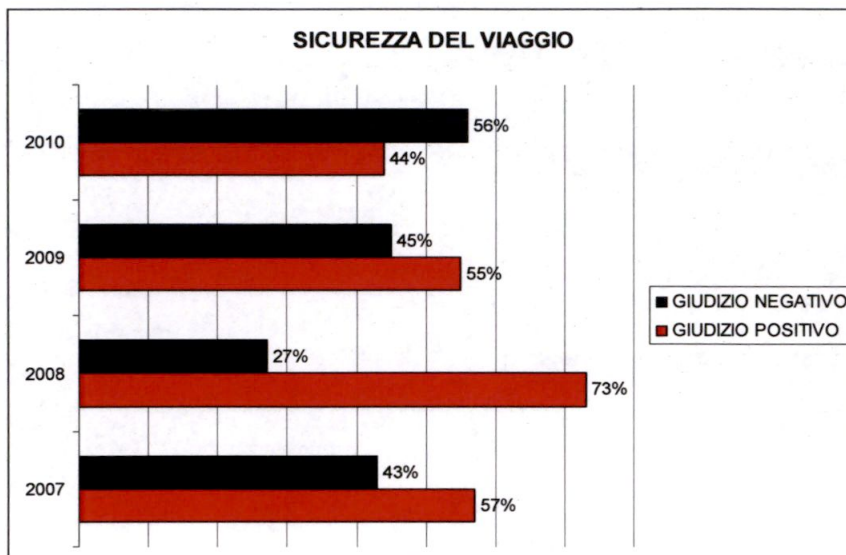


In merito alle istanze ed ai suggerimenti più significativi particolare attenzione meritano quelli diretti a ottenere:

- a) una maggiore cura nelle informazioni alle fermate;
- b) una maggiore igiene dei mezzi in esercizio nel corso della giornata;
- c) una maggiore manutenzione delle pedane per disabili;
- e) più controlli sull'evasione.

1.9 Raffronto risultati delle indagini anni 2007 – 2010

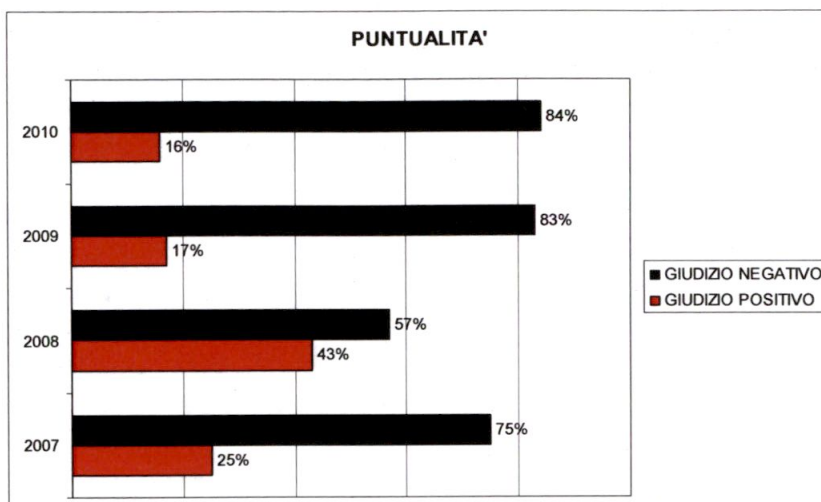
Sicurezza del Viaggio



Il giudizio degli utenti sulla sicurezza del viaggio nell'anno 2010 è risultato negativo con il 56% di utenti insoddisfatti; il dato complessivo si pone quindi in controtendenza rispetto ai risultati ottenuti negli anni precedenti.

Rispetto al risultato dell'indagine dell'anno 2009 che registrava il 55% di soddisfatti lo standard in esame ha subito una flessione del 10% portandosi all'attuale percentuale del 44% di insoddisfatti.

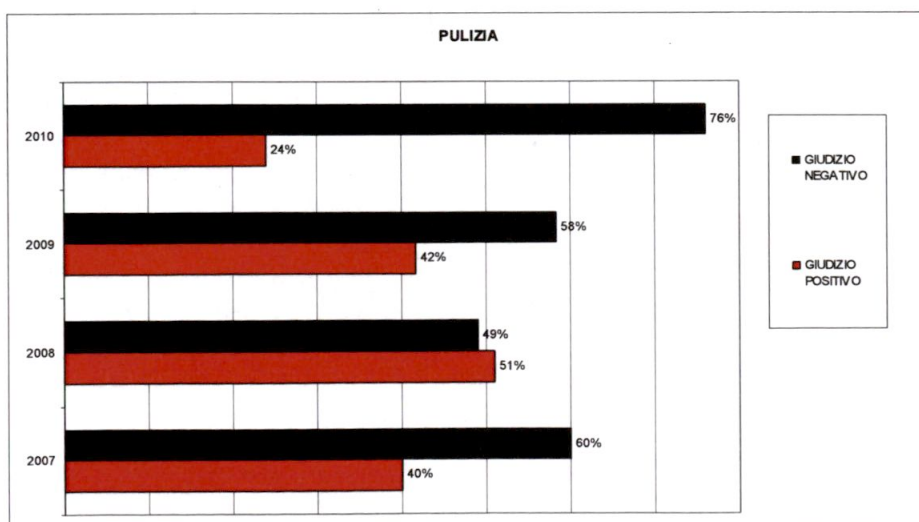
Puntualità



Il giudizio degli utenti sulla puntualità del viaggio nell'anno 2010 è risultato negativo in linea con i risultati ottenuti negli anni precedenti.

La percentuale di utenti insoddisfatti rispetto all'anno precedente è cresciuta lievemente del 1%, portandosi all'84% dall'83%.

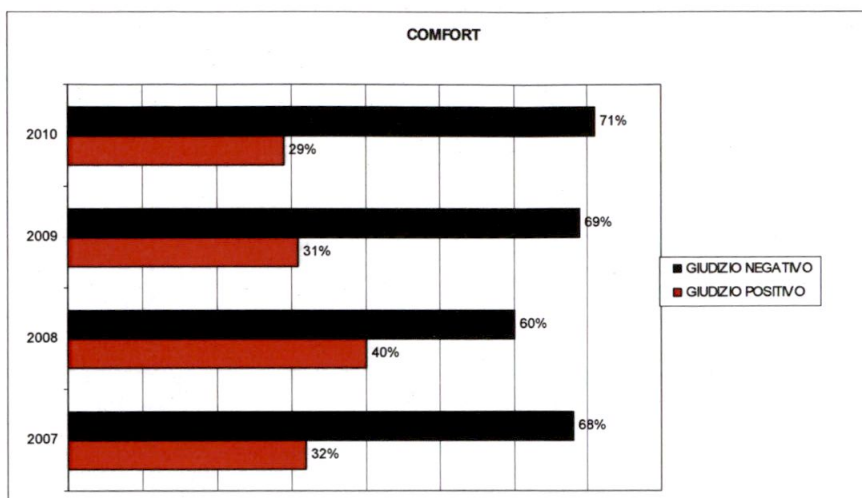
Pulizia



Il giudizio degli utenti sulla pulizia delle vetture nell'anno 2010 è risultato negativo in crescita rispetto ai i risultati ottenuti negli anni precedenti.

La percentuale di utenti insoddisfatti rispetto all'anno precedente è cresciuta del 18%, portandosi all'76% rispetto al 58% dello scorso anno.

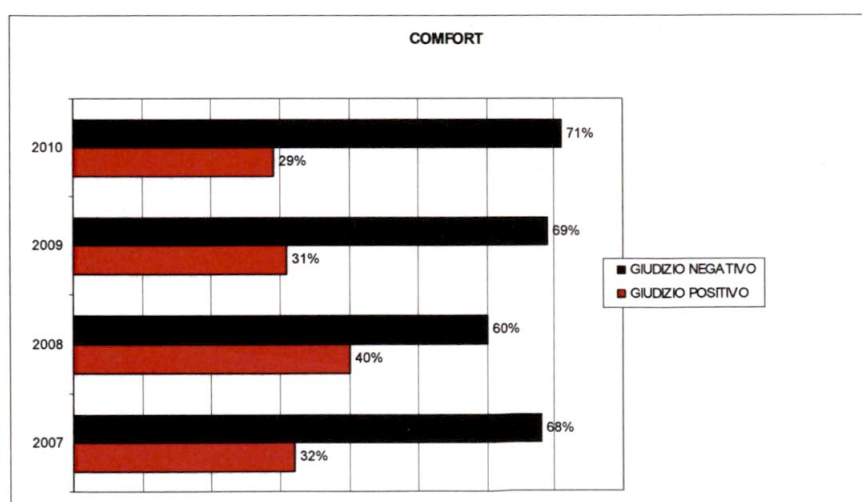
Comfort



Il giudizio degli utenti sul comfort del viaggio nell'anno 2010 è risultato negativo in linea con i risultati ottenuti negli anni precedenti.

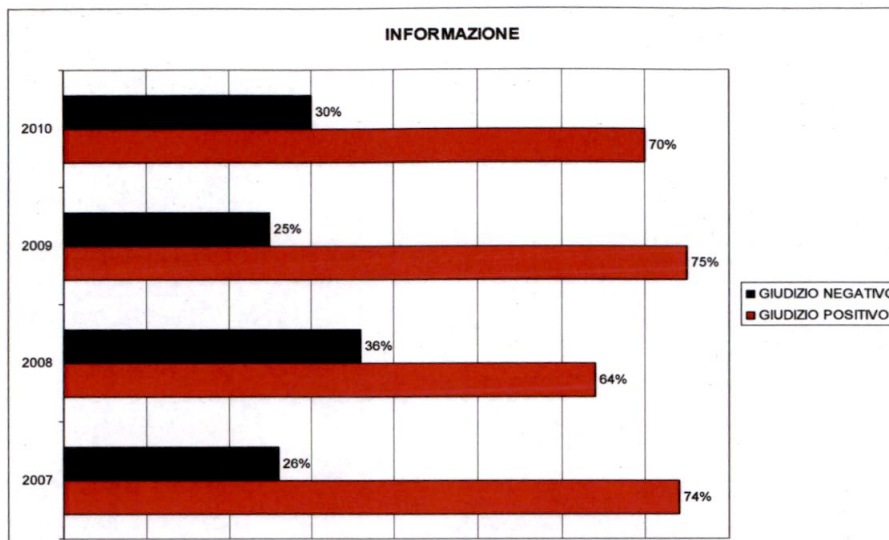
La percentuale di utenti insoddisfatti rispetto all'anno precedente è cresciuta solo del 2%, portandosi dal 69% al'71%.

Infrastrutture



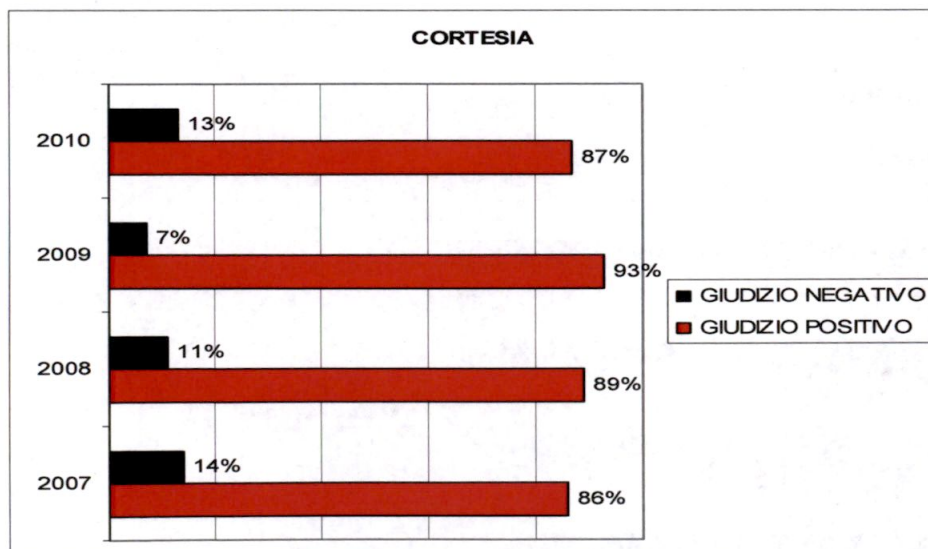
Il giudizio degli utenti sulle infrastrutture nell'anno 2010 è risultato positivo con il 52% di utenti soddisfatti. In controtendenza ai risultati gli anni precedenti, si è registrato un lieve miglioramento di tale giudizio con un aumenti percentuale del 2%.

Informazione



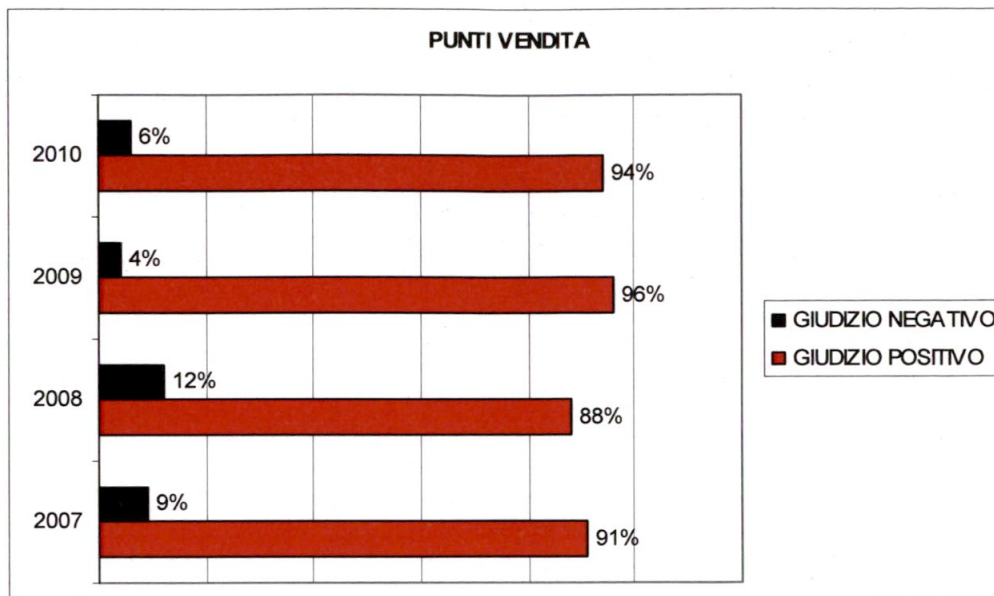
La percentuale di utenti soddisfatti rispetto all'anno precedente: con il valore del 70% di soddisfatti, conferma in una buona sostanza, pur con il calo del 5%, il trend positivo registrato nei precedenti 3 anni.

Cortesia



La percentuale di utenti soddisfatti rispetto all'anno precedente, pur avendo subito una flessione del 6% è soddisfacente: con la percentuale del 87% di soddisfatti, si conferma il trend positivo registrato negli anni precedenti.

Punti vendita



La percentuale di utenti soddisfatti rispetto all'anno precedente, è sempre elevata: con la percentuale del 94% di soddisfatti, a conferma del trend positivo registrato nei precedenti 3 anni.

SEZIONE DUE

CAPITOLO 2) INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.p.A. 2010 – LA SOSTA TARIFFATA

2.1 Realizzazione dell'indagine

Sull'argomento si richiamano le considerazioni espresse nel capitolo 1 paragrafo 1.1.

2.2 Definizione dell'obiettivo

L'indagine si è proposta di raggiungere i seguenti obiettivi:

- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini in merito agli standard di qualità del servizio e il livello di soddisfazione dei cittadini sul modo in cui l'AMAT S.p.A. lo gestisce nel suo complesso;
- ⇒ Esaminare gli aspetti del servizio di sosta tariffata percepiti come prioritari dagli utenti;
- ⇒ Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire servizi di qualità.

2.3 Scelta del tipo di intervista

Anche per questo argomento valgono le considerazioni espresse nel capitolo 1 paragrafo 1.3, con la precisazione che i luoghi di incontro con il pubblico sono state le aree degli stalli di sosta e le aree di sosta sosta custodita, nonché l'ufficio parcheggi di Via Matteotti,34.

2.4. Stesura del questionario

L'indagine è stata condotta utilizzando lo schema di questionario del TPL (all. 3). Sulla base dell'esperienza acquisita tuttavia, già dal prossimo anno, allo stesso saranno apportate delle modifiche (all.4).

2.5 Selezione delle unità del campione da intervistare

Il questionario è stato distribuito in modo non specifico agli utenti del servizio di sosta tariffata. Sono state individuate quattro categorie di utilizzatori del servizio:

1. gli abbonati;
2. i residenti;
3. coloro che parcheggiano la loro vettura nelle zone interessate dalla sosta tariffata in modo occasionale, poche volte nel corso del mese;
4. coloro che parcheggiano la loro vettura nelle zone interessate dalla sosta tariffata in modo abituale, fino a tre volte a settimana avvalendosi del biglietto.

2.6 Risultati della rilevazione

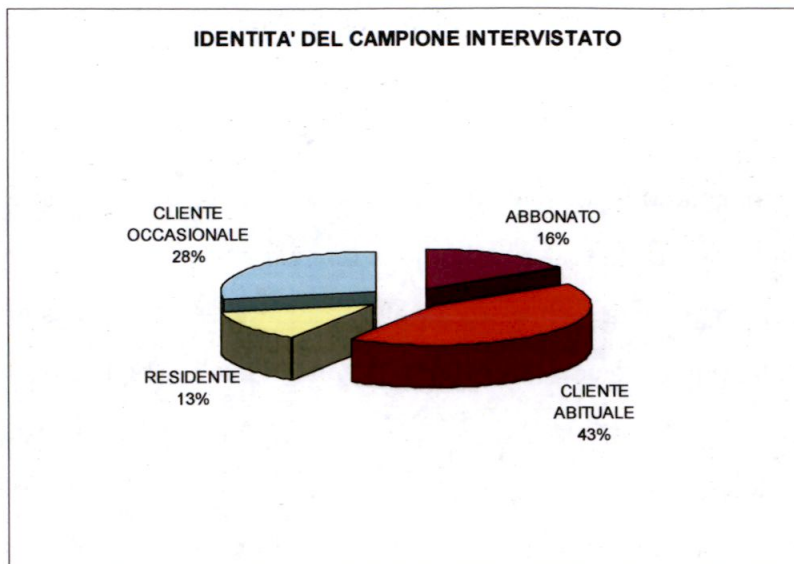
Il numero dei questionari, debitamente compilati, è risultato pari a 400.

Anche in questo caso, nel predisporre il questionario si è inteso sollecitare gli intervistati a produrre le seguenti informazioni:

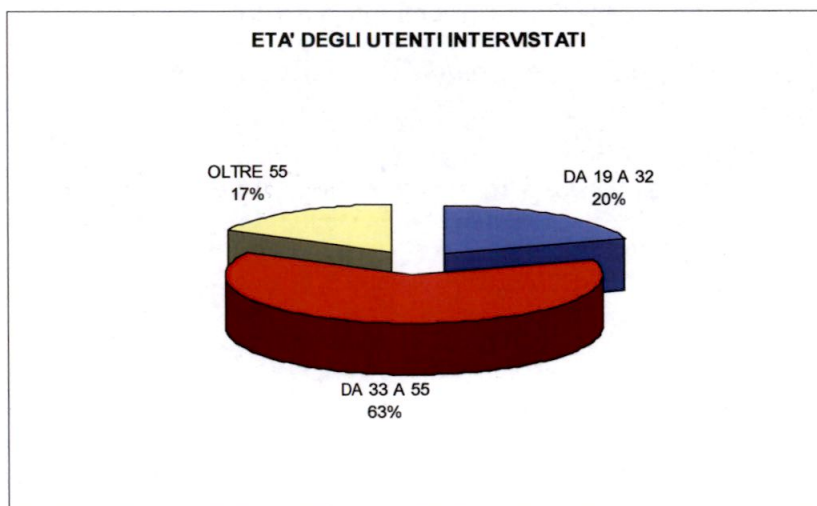
- 4) *quelle dirette a conoscere l'identità dell'intervistato;*
- 5) *quelle destinate a conoscere il giudizio dell'utente in merito agli standard di qualità del servizio;*
- 6) *quelle destinate a conoscere il giudizio complessivo degli interessati sull'Azienda ed il suo modo di gestire il servizio.*

Qui di seguito si illustrano i risultati delle interviste.

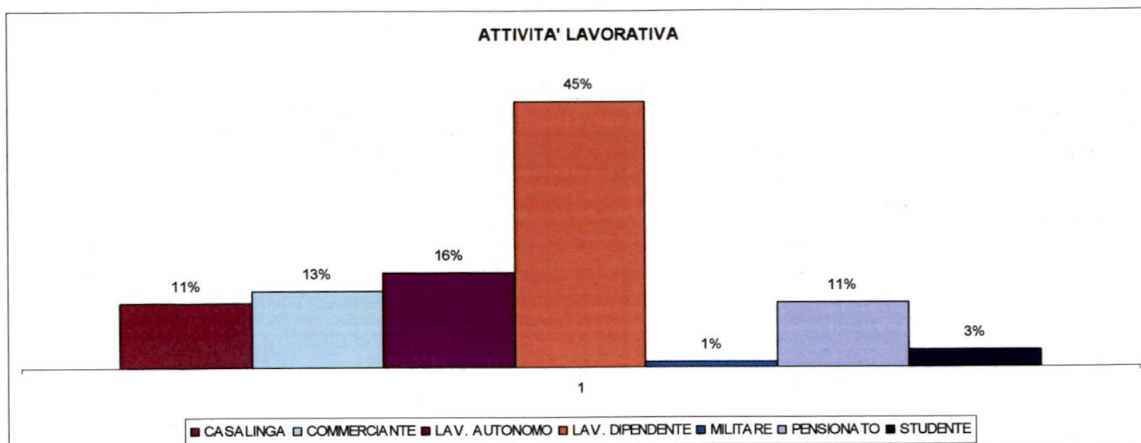
2.7 Identità del campione intervistato



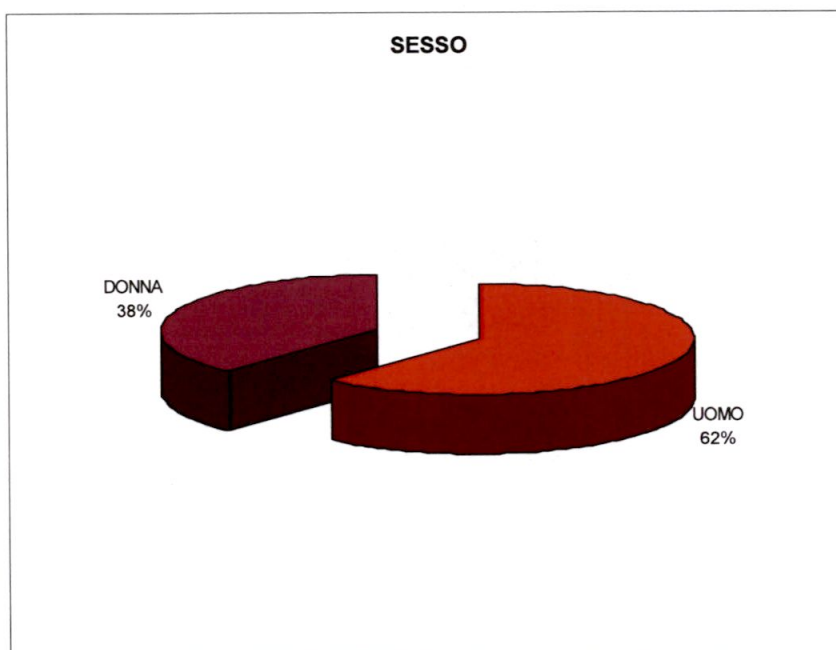
Il 43% degli intervistati è costituito da: clienti abituali della sosta, il 28% da clienti occasionali, il 16% da abbonati, il 13% da residenti.



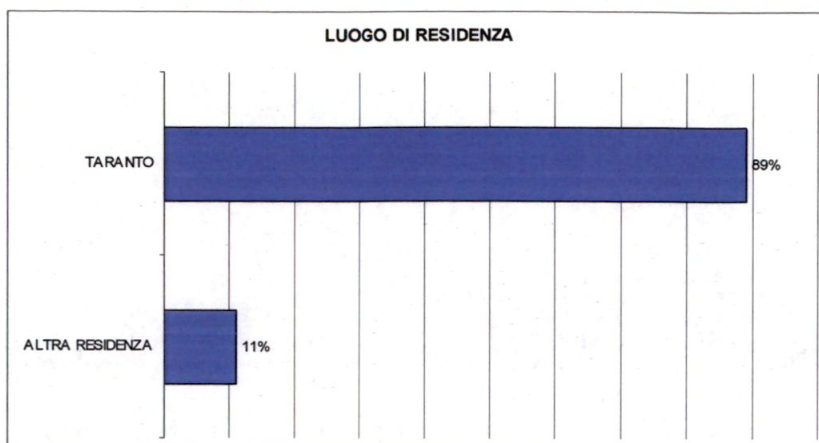
Il 63% degli intervistati ha una età compresa tra i 33 e i 55 anni, il 20% rientra nella fascia di età compresa tra 19 e 32 anni, Il restante 17% ha una età superiore a 55 anni.



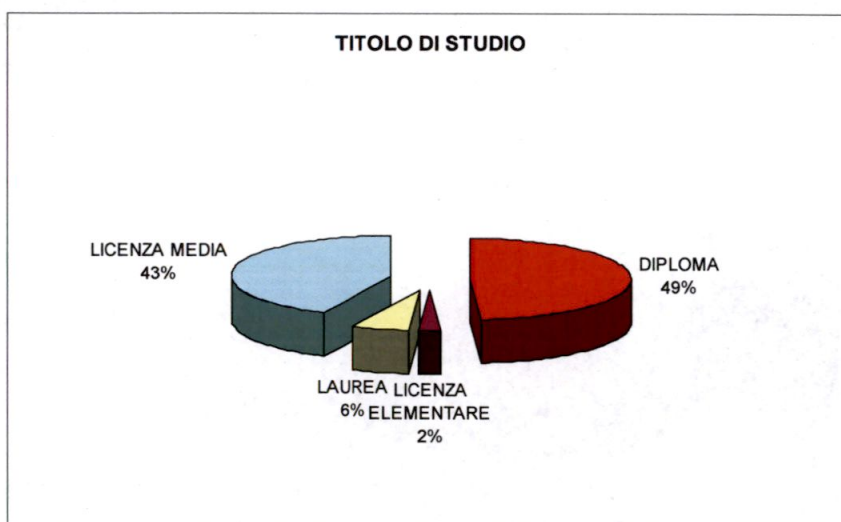
Il campione intervistato in funzione dell'attività lavorativa svolta è composto da (nel grafico da sinistra verso destra): casalinghe 11%, commercianti 13%, lavoratori autonomi 16%, lavoratori dipendenti 45%, militari 1%, pensionati 11%, da studenti 3% .



Il campione esaminato è risultato essere composto per il 62% da uomini e per il 38% da donne.



Si è ritenuto opportuno rilevare la provenienza dell'intervistato per conoscere l'origine del suo spostamento: è emerso che, come prevedibile, la maggior parte degli utenti intervistati (89%) risiede nel Comune di Taranto.



Il campione si compone per il 43% da persone in possesso della licenza media, per il 49% da diplomati, per il 2% da coloro che sono in possesso della licenza elementare, per il 6% da laureati.

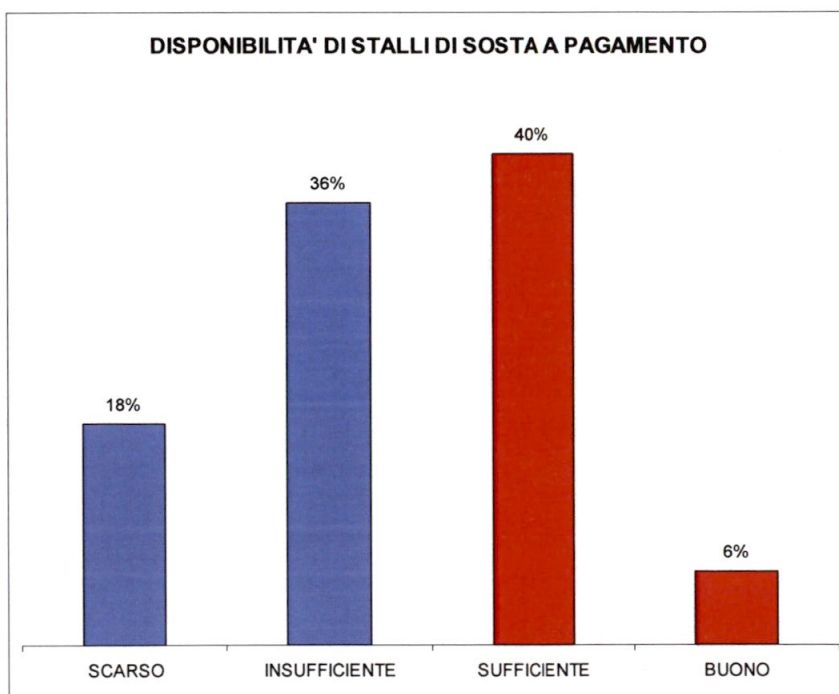
2.8 Risposte finalizzate a conoscere il parere degli intervistati sugli standard di qualità del servizio:

Agli intervistati è stato chiesto di esprimere un parere sugli standard di qualità del servizio di sosta tariffata. Le possibilità di giudizio sugli standard offerte agli utenti e indicate nel questionario sono state le seguenti: scarso, insufficiente, sufficiente, buono ottimo.

Di seguito si espongono i risultati della rilevazione:

Disponibilità degli stalli di sosta a pagamento.

Gli intervistati sono stati interrogati sulla facilità di reperire parcheggio quando si recano nelle zone interessate dal servizio di sosta tariffata.

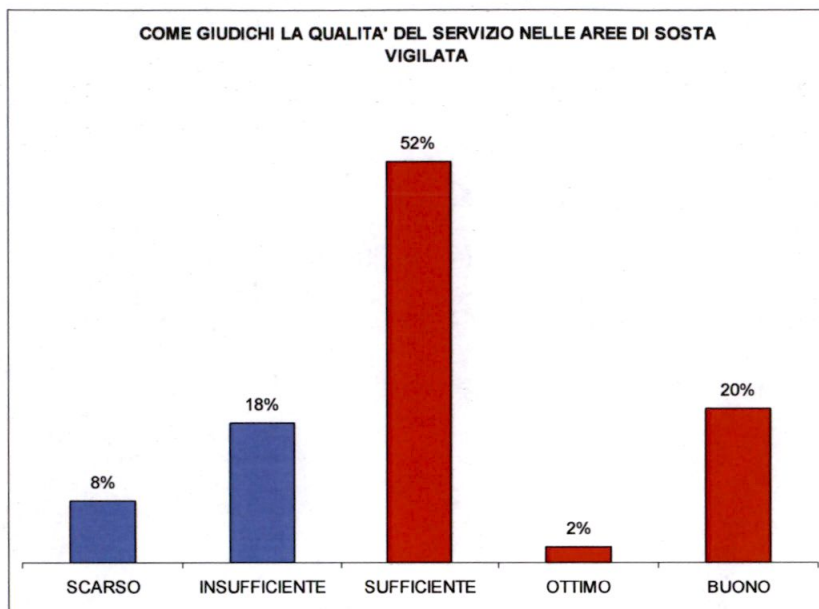


Il 18% degli intervistati ha dichiarato che lo standard è scarso, il 36% che è insufficiente, il 40% che è sufficiente il 6% che è buono.

La maggiore quota degli intervistati, il 46%, ha rilevato che lo standard è sufficiente, tuttavia, la somma dei risultati positivi e quelli negativi rivela che il giudizio degli utenti è in lieve maggioranza sfavorevole: il 54% a fronte del 46% positivo.

La qualità del servizio di sosta nelle aree vigilate.

Il campione è stato interrogato sull'organizzazione del servizio nelle aree di sosta a pagamento.

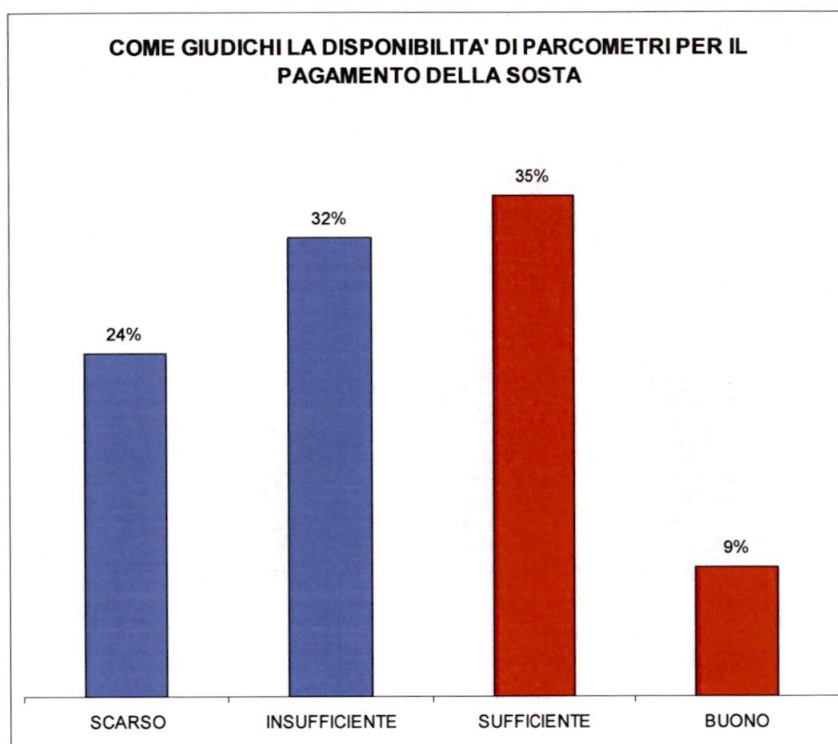


Una larga maggioranza degli intervistati ha rilevato che il livello organizzazione è sufficiente per il 52%, per il 2% ottimo, per 20% buono. Ha ritenuto insufficiente tale standard il 20%, scarso il 18%.

Ne deriva che la maggior parte del campione intervistato (74%) giudica positivamente tale standard.

Numero di parcometri per il pagamento della sosta.

Agli intervistati è stato chiesto se avessero facilità a reperire i parcometri per il pagamento della sosta nelle zone interessate dalla stessa.

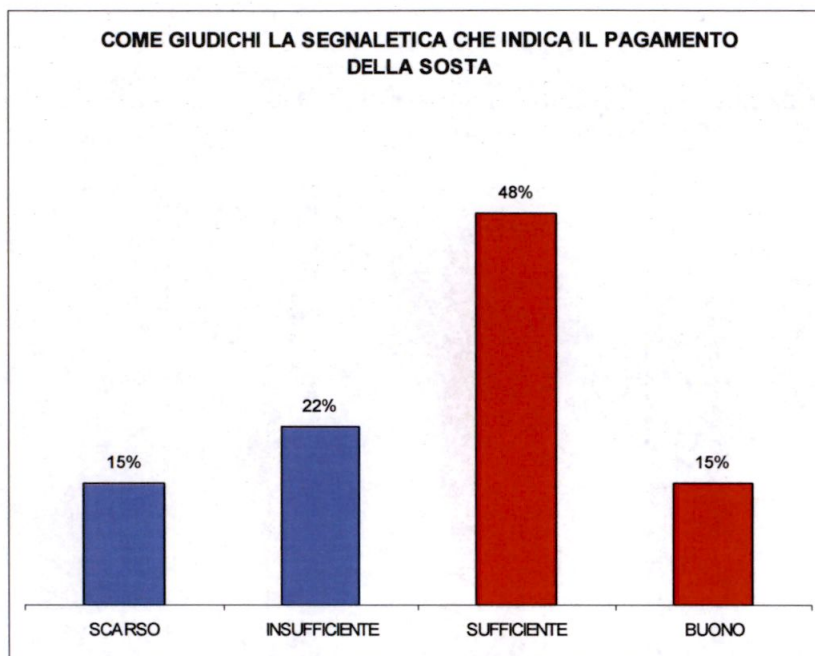


La maggioranza degli intervistati (56%) ha espresso un giudizio negativo sul numero dei parcometri disponibili: il 32% ritiene che sia insufficiente, il 24% scarso. Il 35% lo ritiene sufficiente, il 9% buono.

L'argomento merita approfondimento per valutare se il giudizio negativo non sia determinato dal numero insufficiente dei parcometri o dalla loro distribuzione o dalla scarsa visibilità. E' frequente nei suggerimenti la richiesta di una migliore evidenziazione dei parcometri.

Informazioni sui parcometri.

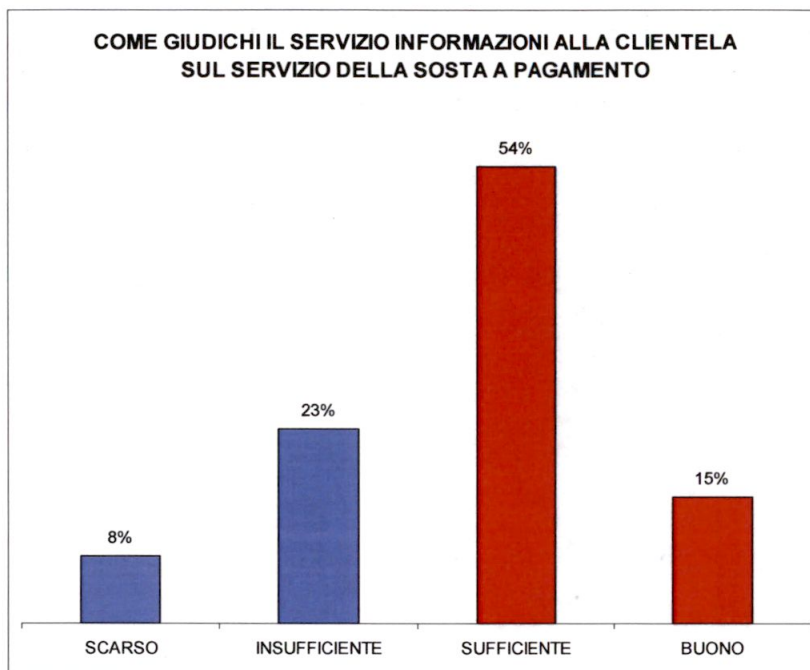
Lo standard sul quale è stato rivolto il quesito riguarda la qualità delle informazioni collocate sui parcometri e sui pali della sosta.



Il 48% degli intervistati ha espresso un giudizio di sufficienza, il 15% ha dichiarato che il livello di informazione è buono, il 22% ha rilevato che è insufficiente, il 15% che è scarso.

Informazioni alla clientela.

Agli intervistati è stato chiesto se le informazioni fornite al pubblico, sia sul servizio che sugli aspetti aziendali di maggiore utilità per gli stessi, siano qualificate, puntuali e capillari. In particolare si è chiesto se gli intervistati fossero soddisfatti dalla linea telefonica dedicata, sito internet, stampa, TV, personale di front-office.

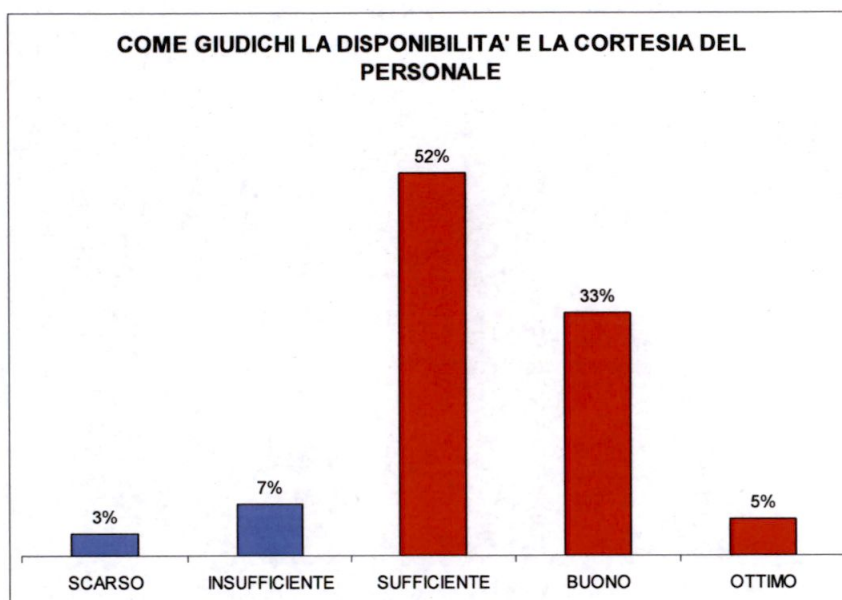


La maggioranza degli intervistati ha espresso il proprio gradimento sul servizio informazioni: il 54% ritiene che sia sufficiente, il 15% buono, il 23% insufficiente ed infine l'8% scarso.

Il giudizio complessivo del campione su questo standard è quindi positivo per il 69%, è negativo per il 31%.

Cortesía del personale.

Lo standard concerne tutto il personale adibito alla sosta incluso il personale degli uffici aperti al pubblico e quello del servizio informazioni. Essi sono tenuti a trattare gli utenti con rispetto e cortesia, agevolandoli nell'esercizio dei loro diritti e fornendo loro tutte le informazioni richieste.

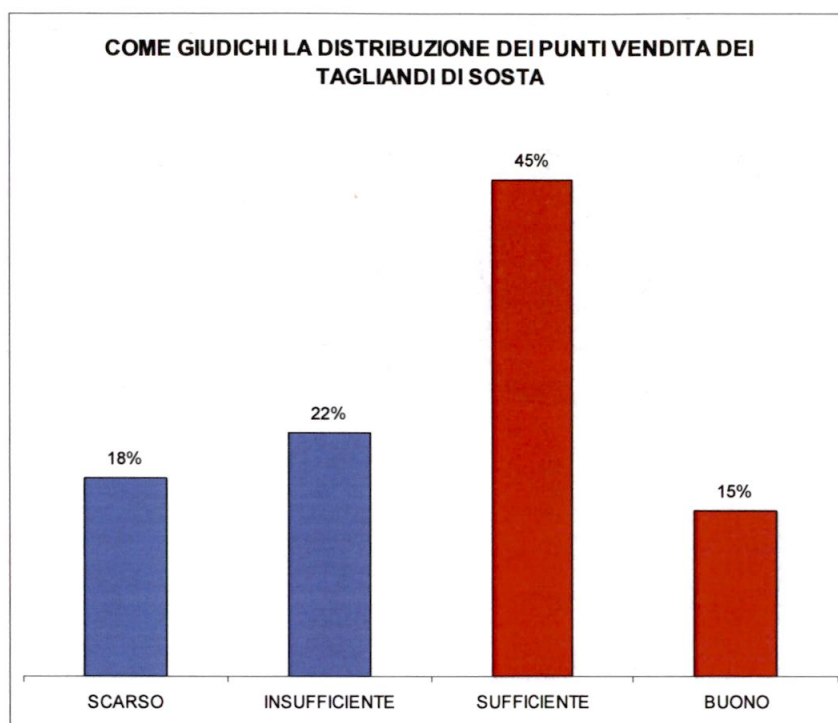


Il 52% del campione intervistato ha espresso un giudizio di sufficiente, il 33% ha espresso il giudizio di buono, l'5% di ottimo, il 3% scarso e l'7% insufficiente.

Il giudizio complessivo degli intervistati sul fattore "cortesía del personale" è quindi positivo per il 90%, è negativo per il 10%.

Distribuzione dei punti vendita dei tagliandi di gratta e sosta.

Lo standard concerne l'aspetto commerciale dell'attività, inteso nel senso di rendere il più agevole possibile l'acquisto del ticket per la sosta.



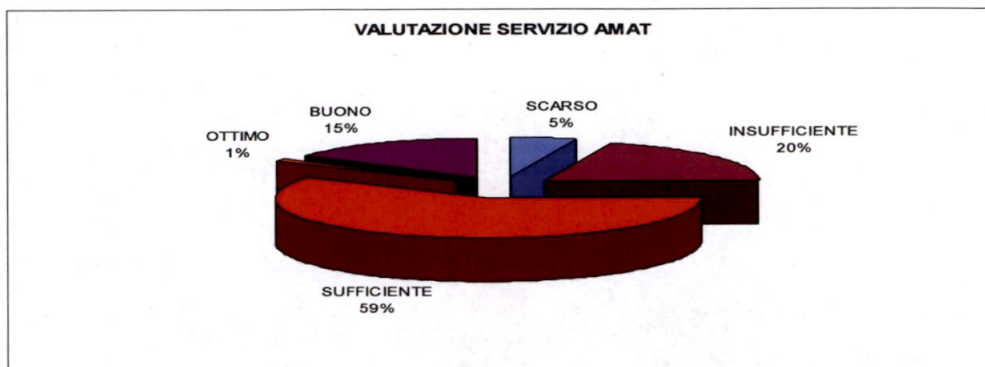
Il 45% ha espresso un giudizio di sufficiente, il 15% di buono, il 22% di insufficiente, il 18% di scarso.

Il giudizio complessivo degli intervistati sullo standard per il 60% è quindi positivo, per il 40% è negativo.

Giudizio complessivo sull'Amat Spa

Agli intervistati è stato anche chiesto esprimere un giudizio complessivo sulla gestione del servizio di sosta tariffata offerto dall'Azienda.

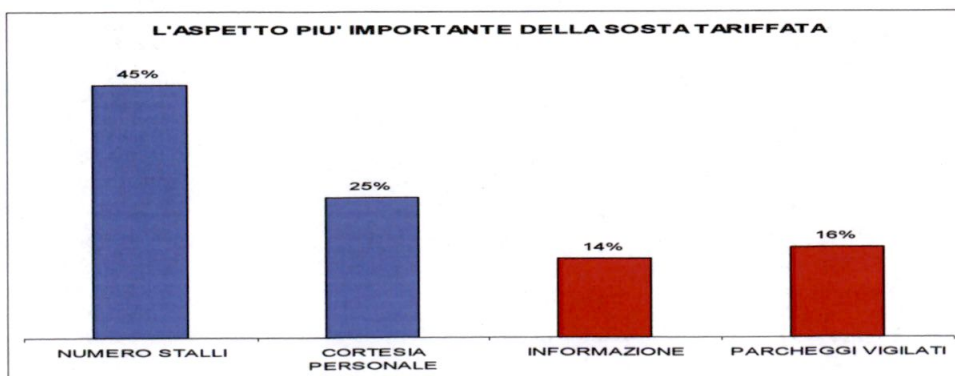
Il giudizio complessivo sul servizio offerto dalla Società, a dispetto dell'opinione negativa registrata su alcuni standard del servizio, è stato positivo per l'Azienda per il 75% (59% sufficiente, 15% buono 1% ottimo) e negativo per il 25% (5% scarso e 20% insufficiente).



Standard da privilegiare e suggerimenti per migliorare il servizio

Oltre a quello sugli standard, è stato chiesto all'utenza di esprimere una preferenza verso gli aspetti del servizio ritenuti prioritari, quelli da privilegiare negli investimenti aziendali, nonché di esprimere suggerimenti per il miglioramento del servizio.

Per quanto concerne il primo argomento, gli intervistati hanno accreditato particolare valenza al numero degli stalli (45%), alla cortesia del personale (25%), seguono l'informazione ed i parcheggi vigilati.



In merito alle istanze ed ai suggerimenti più significativi particolare attenzione meritano quelli diretti a ottenere:

- a) maggiori aree di sosta;
- b) una riduzione del costo degli abbonamenti per lavoratori;
- c) una riduzione della tariffa;
- e) più controlli
- f) migliore evidenziazione dei parcometri.

CAPITOLO 3) CONCLUSIONI

3.1 Considerazioni conclusive

Anche quest'anno si è registrata una partecipazione consapevole degli intervistati che, attraverso il personale adibito alla somministrazione del questionario, hanno espresso con forza le proprie opinioni ed hanno offerto il loro contributo proponendo idee e suggerimenti sia sul servizio di trasporto pubblico che sul servizio di sosta tariffata.

In sintesi i dati e le più significative informazioni raccolte sugli standard di qualità consentono di riepilogare la seguente situazione:

Trasporto Pubblico Locale:

Aspetto	Giudizio	Percentuale
Sicurezza del viaggio	<i>Non soddisfatti</i>	56%
Puntualità degli Autobus	<i>Non soddisfatti</i>	84%
Pulizia degli Autobus	<i>Non Soddisfatti</i>	76%
Informazione sulle corse	<i>Soddisfatti</i>	70%
Cortesìa del personale	<i>Soddisfatti</i>	87%
Comfort del viaggio	<i>Non Soddisfatti</i>	71%
Infrastrutture	<i>Soddisfatti</i>	52%
Distribuzione dei punti vendita	<i>Soddisfatti</i>	94%
Giudizio complessivo sull'AMAT	<i>Soddisfatti</i>	59%

Sosta Tariffata

Aspetto	Giudizio	Percentuale
Disponibilità degli stalli di sosta a pagamento	<i>Non soddisfatti</i>	54%
Qualità del servizio nelle Aree di Sosta	<i>Soddisfatti</i>	74%
Disponibilità dei parcometri	<i>Non Soddisfatti</i>	56%
Segnaletica verticale	<i>Soddisfatti</i>	63%
Cortesìa del personale	<i>Soddisfatti</i>	90%
Informazioni alla clientela	<i>Soddisfatti</i>	69%
Distribuzione dei punti vendita	<i>Soddisfatti</i>	60%
Giudizio complessivo sull'AMAT	<i>Soddisfatti</i>	75%

Per ogni settore di indagine, oltre all'elaborazione complessiva dei dati, è stata effettuato un esame specifico dei soli questionari compilati dall'utenza che si è qualificata come abbonata in quanto più idonea a fornire suggerimenti per frequenza di utilizzo di entrambi i servizi. Tale esame ha messo in luce un atteggiamento più critico rispetto a

quello degli utilizzatori occasionali anche se i giudizi degli abbonati di entrambi i settori sono abbastanza in linea con il giudizio generale.

In entrambi i settori, gli abbonati hanno espresso aspettative mediamente più elevate nei confronti della qualità tecnica del servizio.

Alla luce dei risultati rilevati appare opportuno evidenziare alcune precisazioni in merito a quanto di negativo pubblicato dalla stampa locale nel corso del mese di luglio 2011 sia sul settore del TPL che su quello della Sosta Tariffata gestiti dall'AMAT S.p.A.

Nel corso di una conferenza stampa dello scorso 13 luglio, l'associazione "Federconsumatori Puglia" ha reso noto i risultati di una indagine denominata "Monitoraggio Servizi Pubblici", commissionata dalla Regione Puglia, riferita al primo semestre del 2011 in applicazione del comma 461 art. 2 legge finanziaria del 2008.

I risultati dell'indagine effettuata su circa 500 persone, che sono stati pubblicati dal solo "Quotidiano" di Taranto il giorno 14 luglio 2011, hanno evidenziato alcune criticità in risposta alle sotto elencate domande:

Campione intervistato:	UOMO – DONNA	ETA'
DOMANDA	INDICATORI	GIUDIZIO
1) Come valuta il sistema di trasporti pubblico della città di Taranto?	Scarso, mediocre, sufficiente, buono ottimo	SCARSO (45%)
2) Gli orari delle corse sono rispettati?	Scarso, mediocre, sufficiente, buono ottimo	SCARSO (52%)
3) Gli automezzi rispondono agli standard di igiene, pulizia, benessere (aria condizionata e sicurezza)?	Scarso, mediocre, sufficiente, buono ottimo	SCARSO (49%)
4) Come valuta il sistema di trasporto scolastico e i servizi di mobilità sanitaria (trasporti per disabili e diversamente abili)?	Scarso, mediocre, sufficiente, buono ottimo	SCARSO
5) Le aree di sosta e dei parcheggi sono accessibili e facilmente identificabili?	Scarso, mediocre, sufficiente, buono ottimo	SCARSO

Senza entrare nel merito delle scelte adottate dalla Associazione in parola nella formulazione del questionario, alla luce dei risultati delle indagini aziendali condotte appare ridimensionabile il peso dei risultati negativi pubblicati, riconoscendo all'iniziativa il valore di un più generale spirito di partecipazione e di sprone al miglioramento verso le Società erogatrici di servizi pubblici.

Nel merito dell'indagine della Federconsumatori (all.6) è opportuno sottolineare che il campione intervistato è indifferenziato in quanto nel relativo questionario non sono

presenti domande dirette ad individuare le varie tipologie degli intervistati per comprendere se siano specifici utilizzatori dei servizi per i quali si svolge l'indagine, a differenza di quanto operato dalla Società AMAT con la propria indagine (C.f.r. questionario sub allegato 1 e 2). Infatti il profilo del campione per la FEDERCONSUMATORI è limitato all'età ed al sesso. Anche Lo stesso luogo prescelto dalla associazione per la sua indagine, (nei pressi dei mercati rionali) non garantisce che gli intervistati utilizzino i mezzi di trasporto pubblico o la sosta tariffata sui quali si chiede di esprimere un parere.

Si osserva, inoltre, che il numero globale degli intervistati dall'Associazione Consumatori (500 questionari) è inferiore a quello degli intervistati AMAT per il TPL (n.772) e precisamente:

- circa pari al numero dei soli intervistati che si sono dichiarati specifici abbonati al TPL (n. 477), quindi più qualificati ad esprimere un giudizio sul servizio;
- di poco superiore al numero totale dei questionari somministrati agli utenti della sosta tariffata (n. 400);

Si evidenzia, infine:

- che per quanto attiene alla domanda n°3 l'Associazione ha ritenuto di accomunare tra loro più standard diversi con la conseguenza che il giudizio negativo per uno solo di essi ha influenzato tutti gli altri;
- per quanto concerne la domanda n°4, oltre ad avere associato due tipi di trasporto diversi tra loro (servizio trasporto scolastico e diversabili), è stato attribuito all'AMAT anche il servizio di trasporto dializzati, che la Società non ha mai effettuato;
- per quanto attiene la domanda n°5 è stato chiesto agli utenti di esprimersi indifferenziatamente sull'accessibilità e identificabilità dei "parcheggi" e delle "aree di sosta", senza tenere conto che le due tipologie hanno evidenti diverse caratteristiche.

In conclusione, anche se il giudizio sui principali standard rilevato dalla Federconsumatori per il semestre 2011 si discosta per alcuni aspetti dalla rilevazione aziendale riferita all'intero anno 2010, a quest'ultima deve essere riconosciuto un maggior

peso in relazione alle più vaste e complete modalità attraverso le quali è stata condotta l'indagine.

L'Associazione Federconsumatori ha infine esaminato lo stato di attuazione della Carta della Qualità dei Servizi ai sensi della legge finanziaria del 2008 (comma 461, art. 2) che ha introdotto alcune disposizioni a rafforzamento della tutela dei diritti dei consumatori e utenti dei servizi pubblici locali e della garanzia di qualità, universalità ed efficacia delle prestazioni di servizio pubblico.

Tali previsioni riguardano, sostanzialmente:

- 1 l'obbligo, per il soggetto gestore, di emanare una "Carta della qualità dei servizi", recante gli standard di qualità e di quantità relativi alle prestazioni erogate, così come individuati nei contratti di servizio, nonché le modalità di accesso, reclamo e ristoro dell'utenza;
- 2 la verifica periodica, da un lato, dell'adeguatezza dei parametri quantitativi e qualitativi alle esigenze dell'utenza, dall'altro, del rispetto di tali parametri durante l'effettiva prestazione del servizio;
- 3 il coinvolgimento delle associazioni dei consumatori, sia in sede di redazione della "Carta della qualità dei servizi", che di verifica dell'erogazione del servizio;
- 4 la possibilità per ogni singolo cittadino di presentare osservazioni e proposte;
- 5 la previsione che tutte le attività su indicate siano finanziate con un prelievo a carico dei soggetti gestori del servizio, predeterminato nel contratto di servizio per l'intera durata del contratto stesso.

Si tratta di una norma di cui le prime espressioni concrete sul piano attuativo si limitano a protocolli di intesa aperti alla collaborazione delle associazioni dei consumatori. Si veda in tal senso la circ. dell'Asstra n°133/UEP/pi.Fr che solo recentemente - il giorno 11 maggio 2011- ha reso noto il protocollo di intesa stipulato con le associazioni dei consumatori facenti parte del CNC, finalizzato a promuovere la piena attuazione delle previsioni introdotte dal comma in questione.

E' importante rilevare che il concetto di partecipazione di cui all'art. 2 della L. 244/2007, comma 461, stigmatizza una visione "triangolare" del controllo sul servizio pubblico, che coinvolge contemporaneamente tre soggetti: l'ente locale, i

consumatori/utenti, ed il gestore. Conseguentemente il monitoraggio non può essere affidato in via esclusiva alle associazioni dei consumatori, in quanto esso costituisce una vera e propria attività istituzionale dell'Ente, che non può essere esternalizzata unicamente ad un soggetto non istituzionale. (cfr. Corte dei Conti Sezione regionale di controllo per il Piemonte, delibera n°56/2010/SRCPIE/PAR).

Inoltre, secondo l'orientamento del Consiglio di Stato il coinvolgimento delle Associazioni dei Consumatori, per quanto attiene il monitoraggio dei servizi pubblici, deve essere ricondotto nell'ambito di una partecipazione sostanziale intesa nel senso di predisporre un meccanismo che consenta ai soggetti interessati di esprimere il loro punto di vista, di interloquire in merito alle problematiche (cons. Stato, Sez. VI, 20 gennaio 2009).

Si fa notare comunque che la attuale Carta della Mobilità dell'AMAT, così come il Contratto di Servizio stipulato con il Comune, è in linea con le previsioni di cui all'art. 2 della citata L. 244/2007, comma 461, risultando bisognevole solo di alcune integrazioni riguardanti in particolare quelle descritte al punto 5 e le modalità di ristoro dell'utenza.

Si conclude, nel rassegnare all'Azienda i risultati del lavoro svolto, che - come negli anni trascorsi - ha permesso di acquisire un quadro complessivo degli aspetti organizzativi e funzionali facendo emergere i punti di forza e le criticità accentuando il coinvolgimento degli utenti del servizio facendoli sentire partecipi e protagonisti delle scelte fatte.

Gli intervistati hanno infatti avuto la possibilità di esprimersi senza condizionamenti sull'organizzazione e sui problemi connessi alla struttura, facendo emergere gli aspetti positivi e negativi dal vissuto dell'ultimo anno.

All'Azienda compete ora di "far tesoro" delle criticità emerse, nella consapevolezza che la soluzione dei problemi evidenziati rappresenta obiettivo prioritario per il raggiungimento di standard qualitativi corrispondenti ai propri programmi.

LO STAFF OPERATIVO DELLA QUALITA'

(p.i. Cosima Russo - Dott.ssa Tiziana Tursi)

