

Ordine del Giorno del 15.6.2010

PROPOSTA DI DELIBERAZIONE PER IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE N° 4

Deliberazione n°

44

del

15.6.2010

OGGETTO DELLA PROPOSTA

INDAGINE CUSTOMER SATISFACTION 2009. PRESA D'ATTO

Il Direttore Generale, d'intesa con lo Staff Qualità Aziendale, riferisce quanto segue:

Premesso che:

- ☐ L'AMAT è titolare di certificazione di qualità, rilasciata secondo la normativa UNI EN ISO 9001:2000, relativa all'attività di erogazione del servizio di trasporto pubblico di linea su gomma in aree urbane e suburbane;
- ☐ In attuazione dell'art. 2, comma 2, della legge 11.07.1995, n° 273, nonché sulla base dei principi della Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27/01/1994 e dello schema generale di riferimento valido per il settore trasporti allegato al DPCM 30/12/1998, l'AMAT ha emesso la *Carta della Mobilità*, quale strumento di dialogo con la clientela e di assunzione di reciproci impegni e doveri;
- ☐ Entrambi i documenti anzidetti prevedono, tra l'altro, che sia costantemente monitorato il grado di soddisfazione della clientela rispetto a standards predefiniti e caratteristici del servizio erogato. Il metodo più diffuso di misurazione del grado di soddisfazione della clientela è quello dell'indagine "Customer Satisfaction", generalmente condotta attraverso la somministrazione di questionari alla clientela.

Rilevato che:

- ☐ Lo Staff Qualità AMAT, composto dal Responsabile dell'Area Esercizio/Sosta, p.i. Cosimo Russo, e dal Capo Unità P.R. & AA.GG., Dott.ssa Tiziana Tursi, relativamente all'anno 2009 ha organizzato e condotto, avvalendosi esclusivamente del personale aziendale, l'indagine di Customer Satisfaction presso la clientela AMAT. Tale indagine si è tenuta nell'arco di tempo compreso tra il 23/12/2009 ed il 07/01/2010;
- ☐ Sulla scorta degli oltre 900 questionari sottoposti alla clientela, lo Staff Qualità ha condotto un'analisi delle risultanze e ha redatto l'allegata relazione nella quale,

oltre ad una definizione della tipologia della clientela AMAT (Abbonato – cliente abituale – occasionale), alla sua identità (uomo – donna), età e professione, sono state riepilogate le valutazioni espresse dalla clientela sui seguenti fattori di qualità:

- **Sicurezza del viaggio;**
- **Puntualità;**
- **Pulizia;**
- **Comfort del viaggio;**
- **Infrastrutture;**
- **Informazioni;**
- **Cortesia del personale;**
- **Rete di vendita.**

❑ I dati rilevati sono stati, inoltre, posti a confronto con quelli delle indagini condotte negli anni 2007 e 2008. Alla clientela è stato chiesto, anche, di indicare quali fossero gli aspetti più importanti del servizio di trasporto nonché di fornire suggerimenti per migliorare il servizio medesimo;

❑ Dalle risposte fornite e dalla conseguente analisi condotta dallo Staff Qualità sono emersi i seguenti aspetti di maggior rilievo:

- ▶ **Gli standards di qualità relativi a Puntualità, Pulizia, Comfort del viaggio hanno registrato una maggioranza di clienti insoddisfatti;**
- ▶ **Gli standards di qualità relativi a Sicurezza del viaggio, Informazioni, Cortesia del personale, Infrastrutture e Rete di vendita hanno registrato una prevalenza di clienti soddisfatti;**
- ▶ **Il giudizio complessivo sull'AMAT è di insoddisfazione;**
- ▶ **La clientela ha indicato che gli aspetti per i quali è atteso un miglioramento sono:**
 - ⇒ **informazioni presso le fermate;**
 - ⇒ **igiene dei mezzi;**
 - ⇒ **accessibilità per i soggetti disabili;**
 - ⇒ **controlli sull'evasione tariffaria.**

Firmato lo Staff Qualità: p.i. Cosimo Russo e Dott.ssa Tiziana Tursi

Firmato Il Direttore Generale: Ing. Giovanni Matichecchia

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

- Vista la Relazione conclusiva dell'indagine Customer Satisfaction 2009 condotta dallo Staff Qualità Aziendale;
- Visti lo Statuto Sociale ed il Codice Civile;

a voti unanimi _____

DELIBERA

- 1) Di prendere atto dell'allegata relazione redatta dalla Staff Qualità aziendale in merito all'indagine di "*Customer Satisfaction*" riferita all'anno 2009 e condotta presso la clientela dell'AMAT.
- 2) Di impegnare, sulla base delle risultanze evidenziate in tale relazione, il Comitato Qualità ed i competenti Responsabili aziendali ad adottare i necessari interventi per riportare al grado di soddisfazione quegli standards che la clientela ha, in maggioranza, qualificato come insoddisfacenti.



- AMAT 2009 -

a cura dello Staff Operativo della Qualità AMAT S.p.A.
p.i. Cosimo Russo - dott.ssa Tiziana Tursi

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION - AMAT S.P.A.

(a cura dello Staff Qualità Amat S.p.A.: p.i. Sig. Cosimo Russo - dott.ssa Tiziana Tursi)

INDICE

PREMESSA

1) INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.P.A.

- 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 Standard di qualità del servizio
- 1.9 Raffronto dati anni 2007 - 2008 – 2009

CONCLUSIONI

Allegati:

- 1. Questionario di indagine;

PREMESSA

L'esigenza di rilevare il grado di soddisfazione dell'utente che si avvale dei mezzi pubblici, oltre a costituire uno dei compiti istitutivi dell'URP, nasce dalla necessità di costruire una azienda flessibile, trasparente, sensibile alle esigenze del cittadino e che sia in grado di avvicinarsi il più possibile agli utenti.

Due attività fondamentali per comprendere le esigenze gli utenti e per migliorare la qualità del servizio offerto sono quelle dell'ascolto e della rilevazione del grado di soddisfazione attraverso l'indagine di customer satisfaction.

Entrambi questi strumenti acquisiscono un senso compiuto nella misura in cui diventano lo spunto di riflessione per una valutazione della qualità del servizio erogato e per una, eventuale, rimodulazione dello stesso sulla base dei feedback ricevuti.

CAPITOLO 1

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION AMAT S.p.A. 2009

1.1 Realizzazione dell'indagine

Nel progettare il questionario, la cui realizzazione, l'elaborazione dei dati raccolti e l'analisi valutativa è stata condotta esclusivamente da risorse interne, sono stati tenuti presente i seguenti riferimenti:

- Norma UNI EN ISO 9001:2000, paragrafo 8.2.1.;
- Direttiva del Ministero della Funzione Pubblica sulla qualità percepita dai cittadine del 23/04/2004.

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 1994;
- ⇒ Verificare il livello di soddisfazione dei cittadini sull'AMAT S.p.A. nel suo complesso;
- ⇒ Vagliare gli aspetti del servizio di trasporto pubblico percepiti come prioritari dagli utenti;
- ⇒ Raccogliere proposte di interventi migliorativi per fornire servizi di qualità.

1.3 Scelta del tipo di intervista

Il questionario è stato somministrato attraverso interviste ai cittadini effettuate da personale dipendente dell'AMAT S.p.A. a tal fine incaricato. I luoghi di raccolta sono stati individuati presso i capolinea e a bordo degli autobus in servizio sulle linee AMAT S.p.A.

1.4. Stesura del questionario

Per il quarto anno consecutivo è stato utilizzato il medesimo questionario (all.1) che è stato opportunamente integrato in alcuni dettagli sulla base dell'esperienza maturata nel tempo.

1.5 Selezione delle unità del campione da intervistare

E' stato adottato il metodo della scelta casuale. In altre parole, è stato distribuito il questionario in modo non specifico sul mezzo pubblico, ed all'esito dell'indagine il campione è stato ripartito su n° 2 tipologie di utenti in funzione del tipo di titolo di viaggio utilizzato:

- a)* coloro che si avvalgono del bus attraverso forme di abbonamento;
- b)* coloro che utilizzano il bus acquistando biglietti; in questa seconda categoria è stato operato un distinguo tra coloro che utilizzano il bus in modo occasionale e in modo abituale.

1.6 Risultati della rilevazione

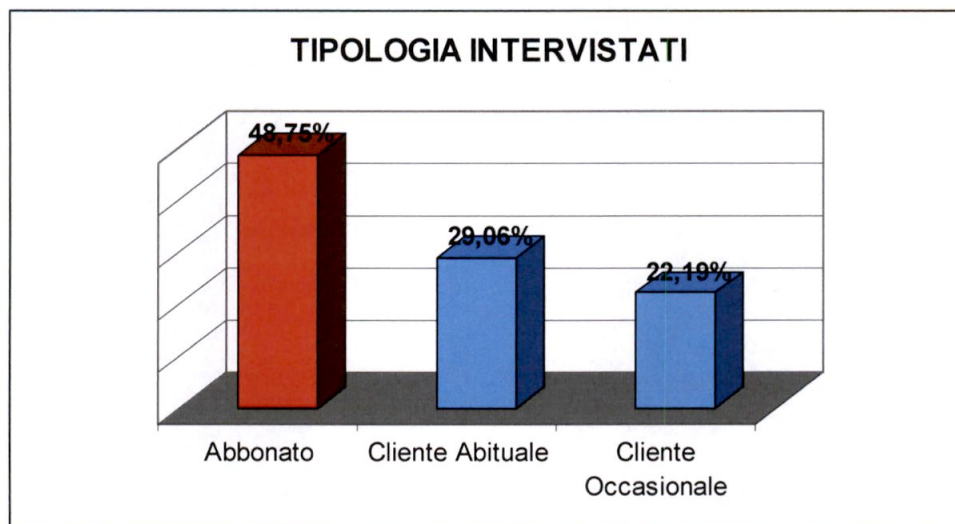
Il numero dei questionari, debitamente compilati, è risultato pari a **961**.

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

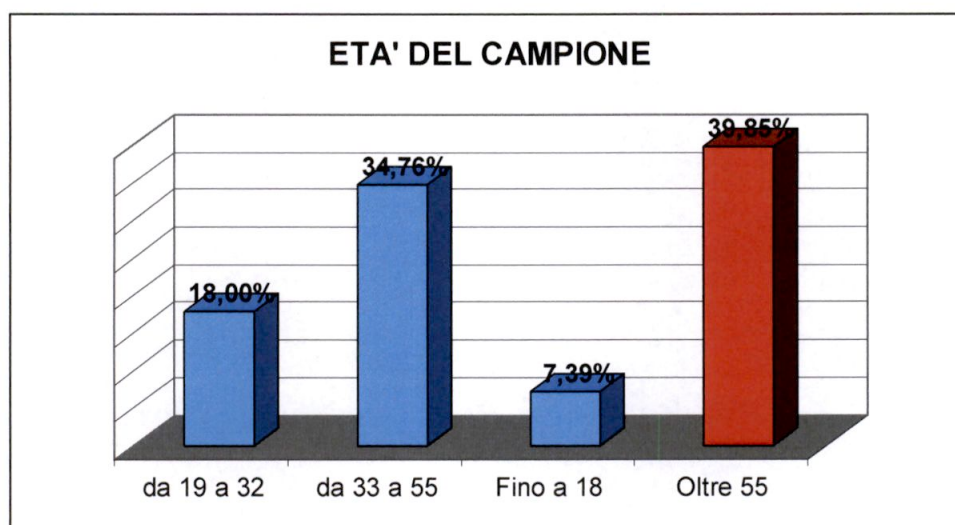
- 1)* quelle *dirette a conoscere Chi fosse l'intervistato;*
- 2)* quelle *destinate a raccogliere il giudizio del cliente in merito agli standard di qualità del servizio e in merito al giudizio complessivo maturato verso l'azienda.*

Qui di seguito riportiamo i due ordini di informazioni innanzi detti.

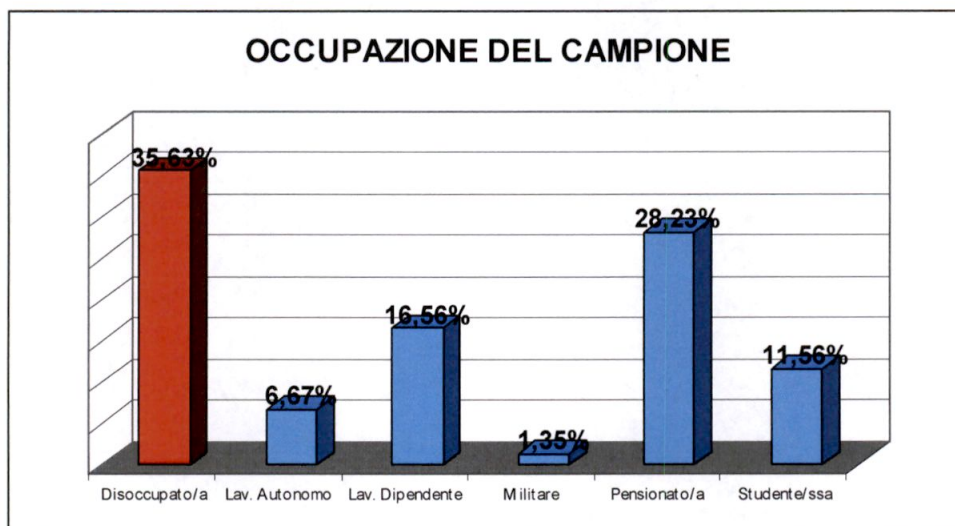
1.7 Identità del campione intervistato



La maggioranza degli intervistati, il 48,75%, ha dichiarato di utilizzare il mezzo pubblico in qualità di abbonati; il 29,06% ne fa uso abitualmente, gli utilizzatori occasionali costituiscono una percentuale rilevante, il 22,19%.



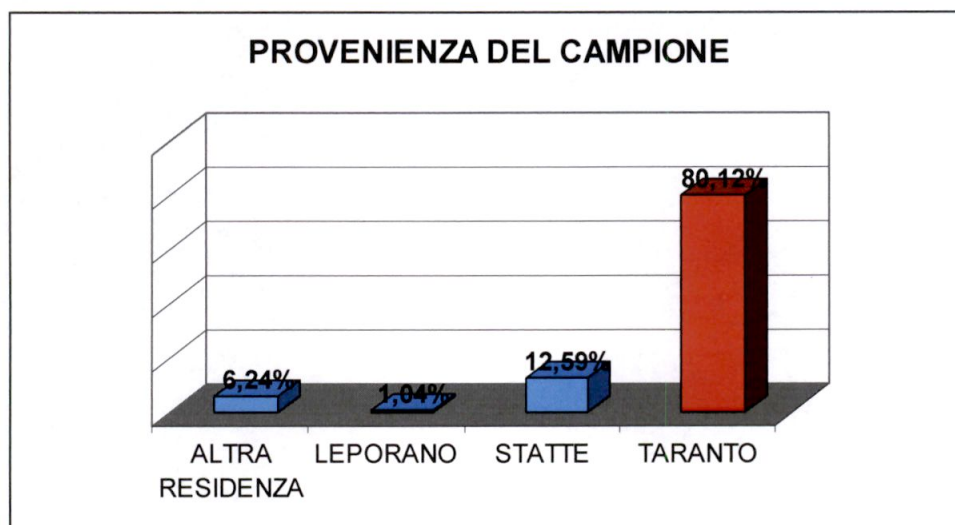
Il 39,85% degli intervistati che utilizzano il mezzo pubblico ha una età superiore ai 55 anni. Il 34,76% è costituito dalla fascia di età, compresa tra 33 e 55 anni, il 18% ha una età compresa tra 19 e 32 anni; Il restante 7,39% è rappresentato da utenti di età fino a 18 anni.



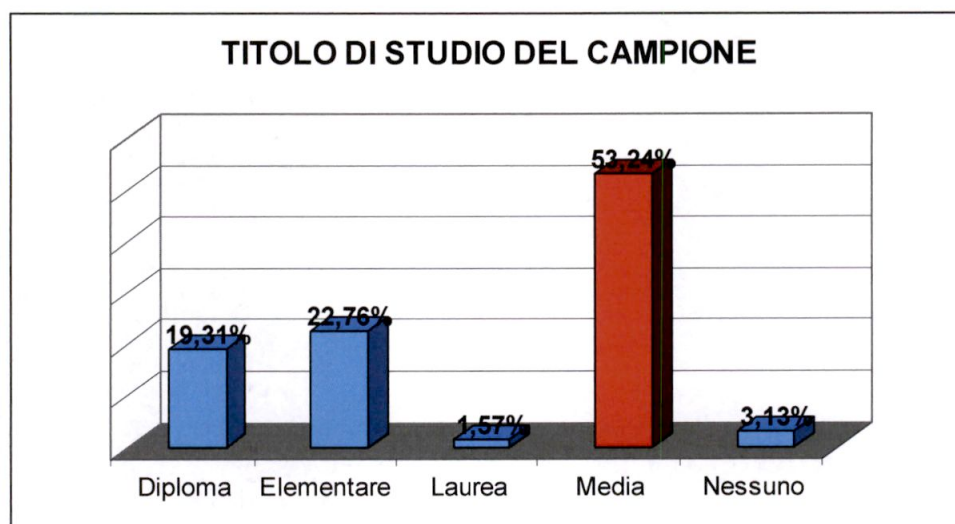
Il 35,63% degli utilizzatori del servizio di trasporto pubblico intervistati non è occupato, il 16,56% svolge attività di lavoro dipendente, il 28,23% appartiene alla categoria dei pensionati, l'11,56% degli studenti. I lavoratori autonomi compaiono nella percentuale del 6,67%, il restante, 1,35% è costituito dai militari.



Esaminando la ripartizione tra uomini e donne, il campione delle unità intervistate è risultato composto per il 56% donne e per il 44% da uomini.



Si è ritenuto opportuno rilevare la provenienza dell'intervistato per conoscere l'origine del suo spostamento. In generale, le risposte hanno individuato la più alta concentrazione di utenti in Taranto.



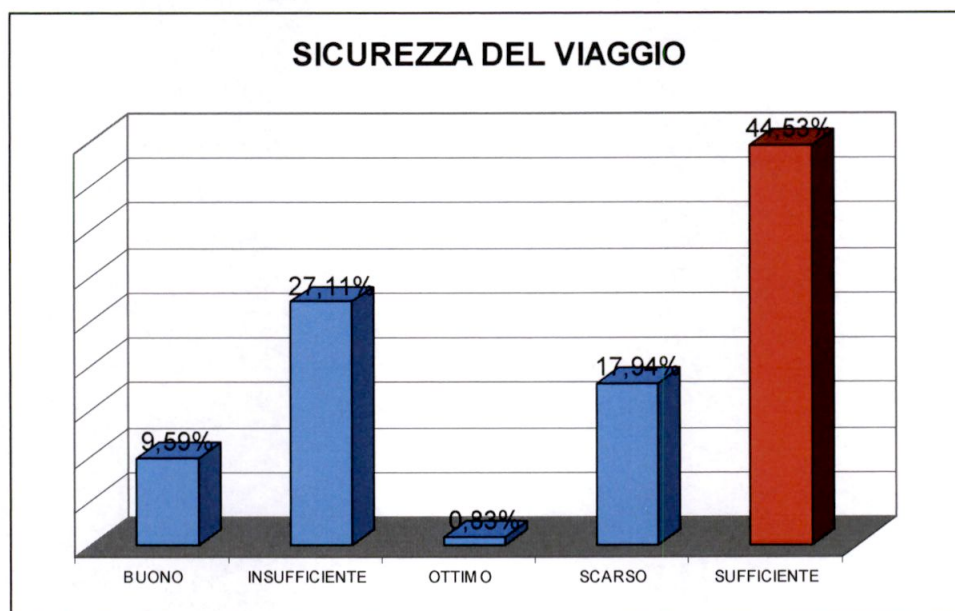
Il 19,31% degli intervistati è costituito da diplomati, il 53,24% degli utilizzatori possiede la licenza media inferiore, il 22,76% la licenza elementare; l'1,57% degli intervistati è laureato, il 3,13% non possiede alcun titolo di studio.

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 richiamati nella Carta della Mobilità AMAT. Le possibilità di valutazione indicate nel questionario erano le seguenti: scarso, insufficiente, sufficiente, buono e ottimo.

Di seguito i risultati:

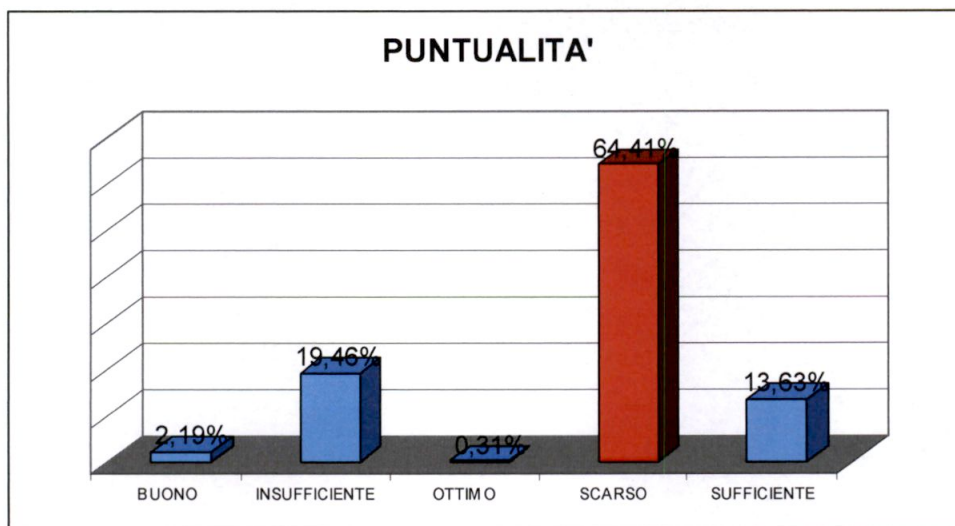
Sicurezza del Viaggio:



La sicurezza dei viaggiatori è intesa in termini di incolumità fisica della persona e salvaguardia dei beni trasportati. Una condotta di guida poco prudente, incidenti stradali, molestatori e borseggi possono incidere negativamente sulla scelta del mezzo pubblico perché rappresentano fattori che potrebbero costituire un rischio per gli utilizzatori dei mezzi pubblici.

Il 17,94% ha dichiarato che il livello di sicurezza dei mezzi pubblici è scarso, il 27,11% che è insufficiente, il 9,59% che è buono. La maggior parte degli intervistati, pari al 44,53 %, ha rilevato che il livello di sicurezza è sufficiente.

Puntualità:



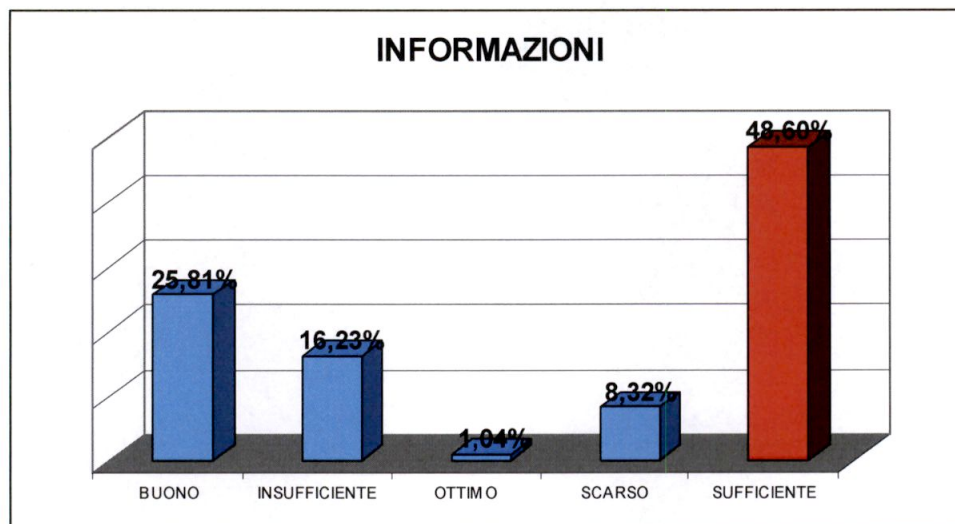
La regolarità del viaggio è rappresentata dalla garanzia della puntualità del servizio offerto. La certezza di raggiungere le proprie destinazioni in tempi precisi. Su questo indicatore di qualità incidono diversi fattori: alcuni interni, quali l'organizzazione e la produttività aziendale, altri indipendenti dal funzionamento dell'azienda quali, ad esempio, le caratteristiche della viabilità e del traffico, eventi imprevisti per esempio scioperi o manifestazioni.

La maggioranza degli intervistati ha rilevato che il livello di puntualità è scarso: il 64,41%.

Ha ritenuto insufficiente tale standard anche il 19,46% degli intervistati.

Ne deriva che il giudizio complessivo dell'utenza su tale standard è negativo.

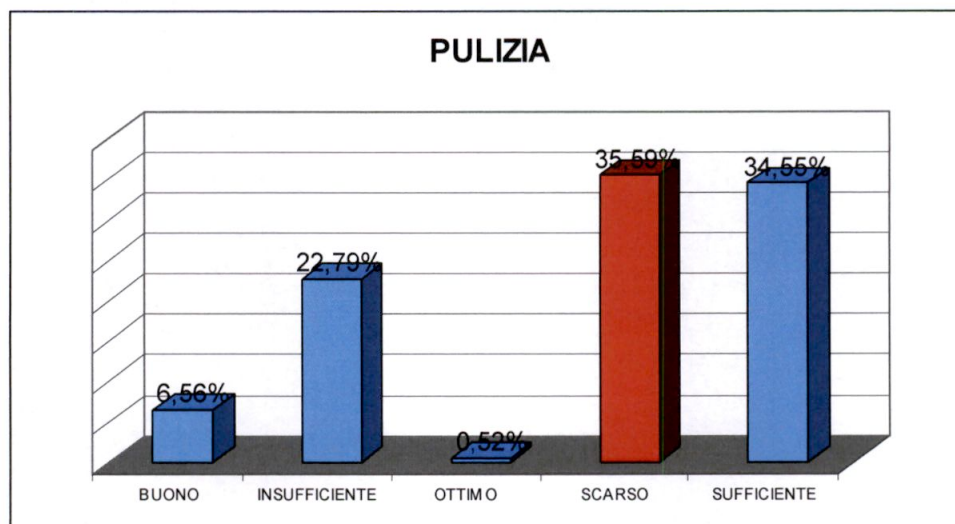
Informazioni:



Lo standard concerne le informazioni al pubblico che dovrebbero essere qualificate, puntuali e capillari sul servizio e sugli aspetti aziendali di utilità per il pubblico. Linea telefonica dedicata, sito internet, stampa, TV, personale di front-office.

La maggioranza degli intervistati ha espresso il proprio gradimento sul servizio informazioni: il 48,60% ritiene che sia sufficiente, il 25,81% buono. Complessivamente l'offerta informativa è accettabile.

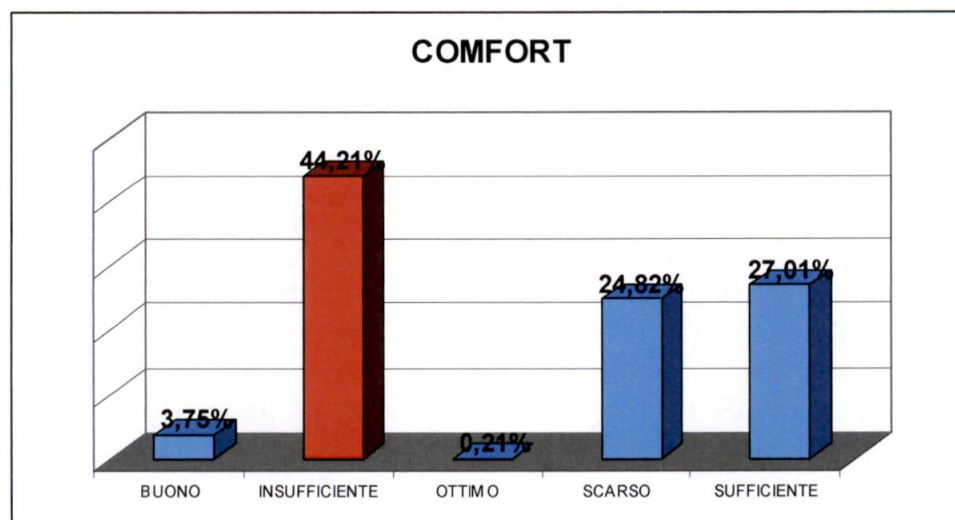
Pulizia dei mezzi:



La pulizia degli autobus riguarda le condizioni igieniche dei mezzi di trasporto interne ed esterne.

Il 35,59% degli intervistati ha espresso un giudizio negativo circa il livello di pulizia percepito a bordo dei bus; il 22,79% ha dichiarato che il livello di pulizia dei mezzi pubblici è insufficiente, ciò evidenzia una decisa percezione negativa di tale fattore. Il 34,55% ha rilevato che il livello di pulizia dei mezzi pubblici è solo sufficiente, ma ciò non compensa il giudizio negativo che si ha di tale standard.

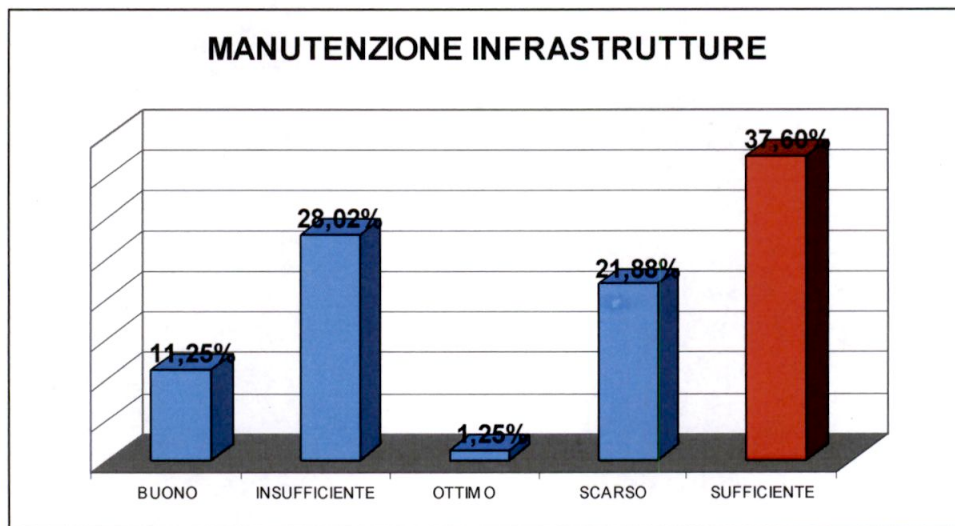
Comfort del viaggio:



Il comfort del viaggio. E' inteso come climatizzazione, sedute e affollamento della vettura che possono dissuadere o incentivare l'utilizzo della vettura pubblica.

Il 24,82% ha definito scarso il livello di comfort percepito a bordo dei bus; il 44,21% ha dichiarato tale livello insufficiente; il 27,01% ha rilevato che il comfort dei mezzi pubblici è solo sufficiente. Come è accaduto per la pulizia, anche il livello di percezione del comfort è negativo.

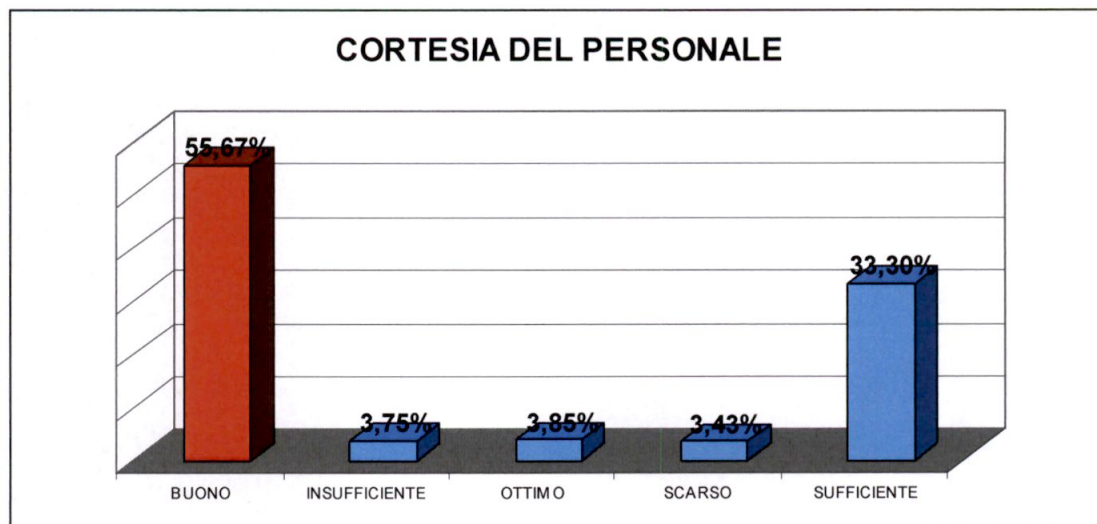
Manutenzione delle paline e pensiline:



Manutenzione delle infrastrutture. Lo standard riguarda il numero e manutenzione delle strutture di attesa del pubblico, in particolare sala di attesa dell'ufficio vendite, paline e pensiline.

Il 37,60% del campione intervistato si è espresso sulla sufficienza della distribuzione sul territorio di paline e pensiline. Il 28,02% ritiene che siano insufficienti, il 21,88% scarse, l'11,25% buone e l'1,25% ottime. Complessivamente il giudizio in merito a tale standard è sufficiente.

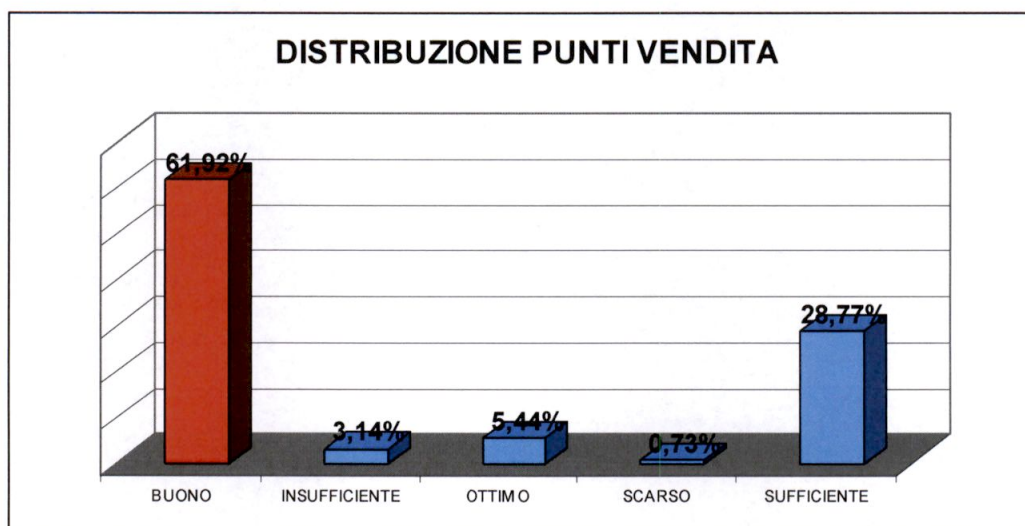
Cortesia del personale



Cortesia del personale. Lo standard concerne il personale di guida ed 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 personale è tenuto in ogni caso ad utilizzare un linguaggio chiaro e comprensibile, ed a mantenere comportamenti tali da stabilire un rapporto di fiducia e di collaborazione tra Azienda ed Utenti.

Gli intervistati hanno espresso con larga maggioranza un buon giudizio nei riguardi del livello di cortesia del personale: pari al 55,67%. Tale valutazione è in linea con i risultati dello scorso anno che esprimevano la fiducia degli utenti nei riguardi del personale di front-office.

Distribuzione dei punti vendita

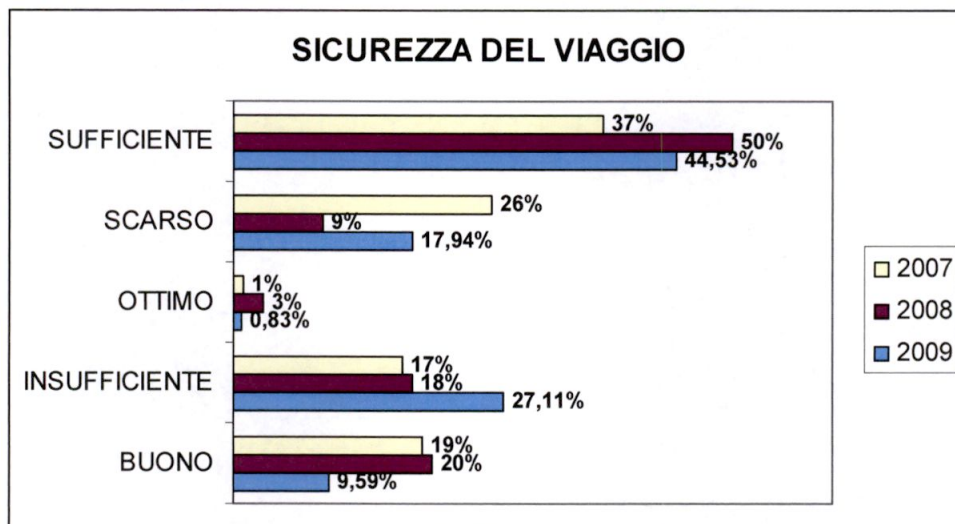


Distribuzione dei punti vendita sul territorio. Concerne l'aspetto commerciale dell'attività, inteso nel senso di rendere il più agevole possibile il momento dell'acquisto o del rinnovo dei titoli di viaggio.

Gli intervistati hanno espresso con ampio margine di maggioranza un giudizio più che positivo sulla distribuzione dei punti vendita sul territorio, pari al 61,92%.

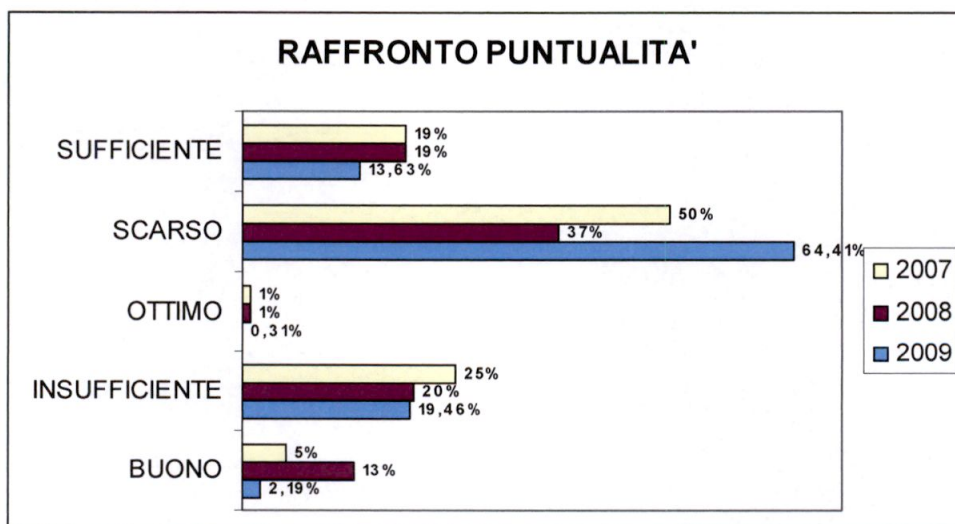
1.9 RAFFRONTO RISULTATI INDAGINE 2007/2008/2009

Sicurezza del Viaggio



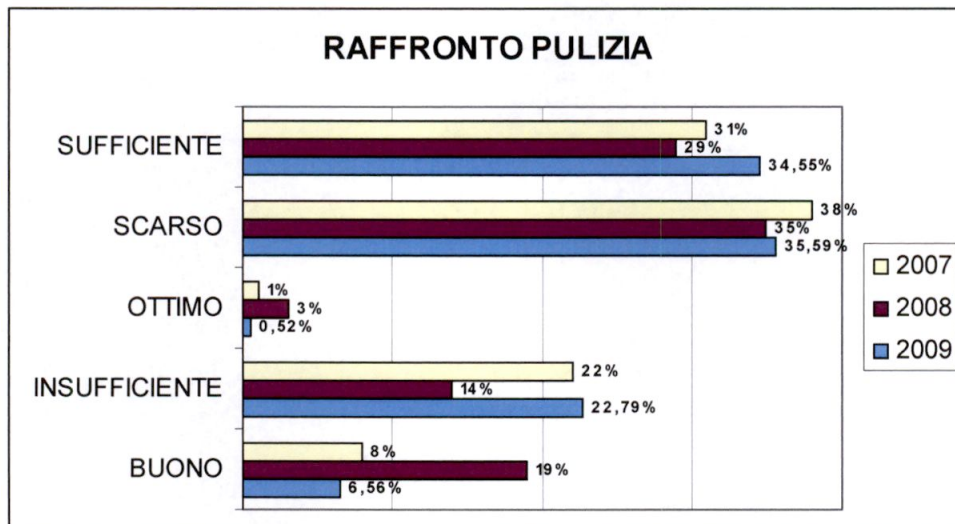
Il giudizio sulla sicurezza del viaggio in rapporto al risultato del biennio precedente, complessivamente, si conferma positivo. Tuttavia si è abbassata la percentuale degli utenti soddisfatti il 44,53% rispetto al 50% del 2008.

Puntualità



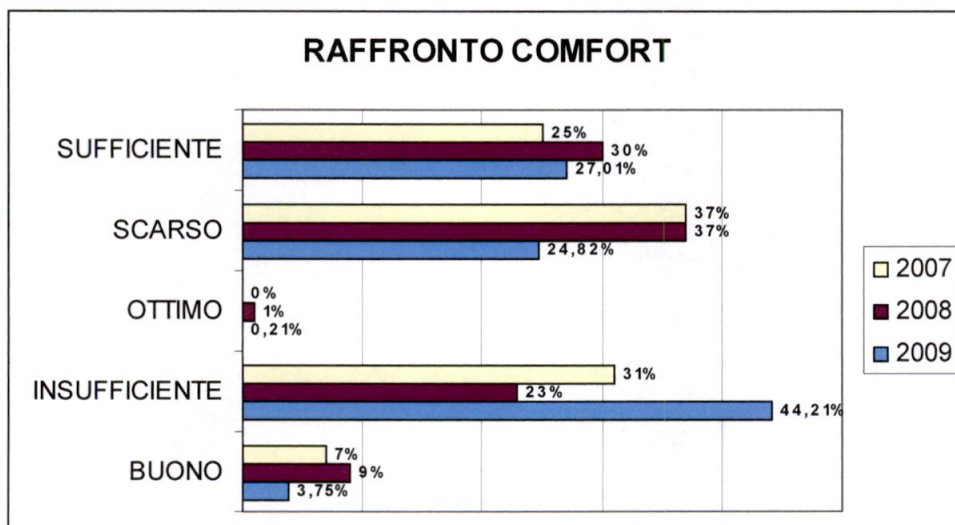
In merito alla puntualità del servizio, è cresciuta la percentuale di utenti insoddisfatti rispetto all'anno precedente: essa è passata dal 37% (2008) all'attuale 64,41%.

Pulizia



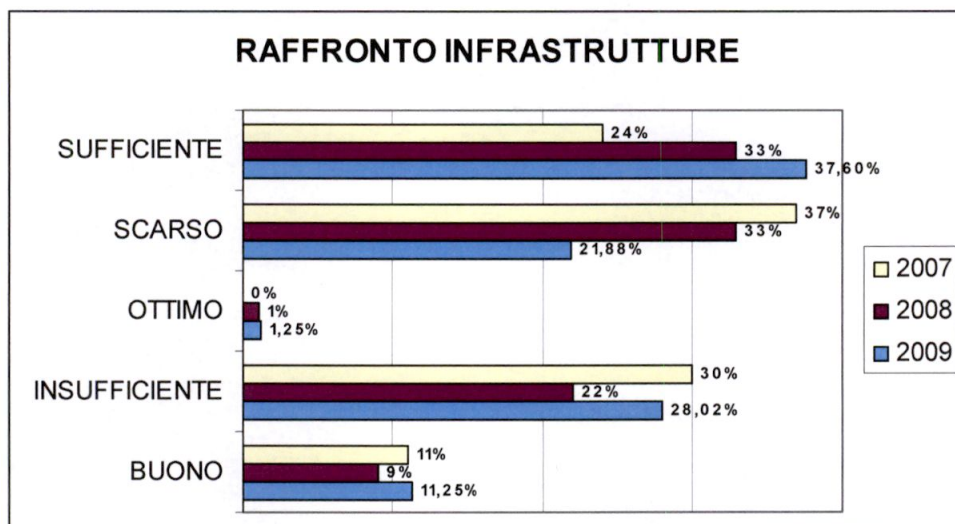
Anche il giudizio sulla pulizia percepita dall'utente è negativo, la percentuale di coloro che lo ritengono scarso si conferma al 35,59%.

Comfort



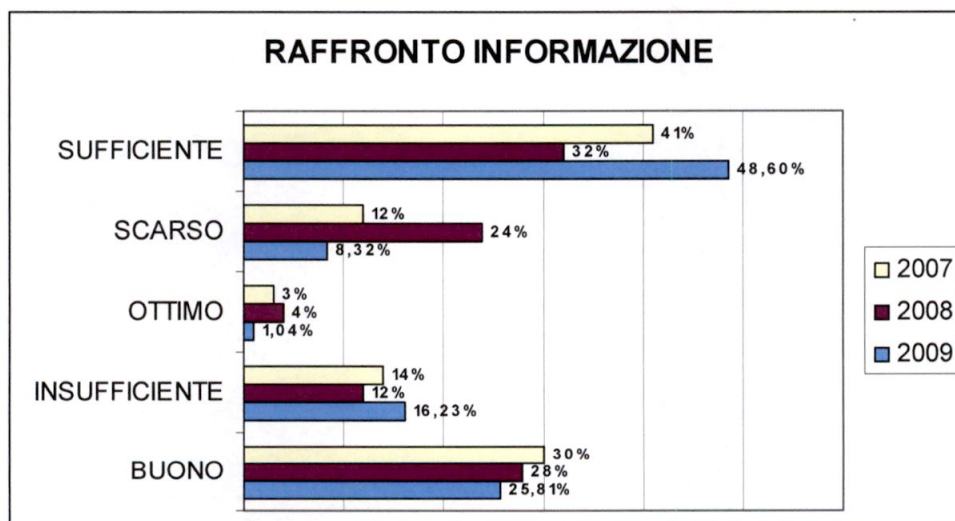
Si aggrava il giudizio negativo relativo al comfort del viaggio rispetto al 2008: nel 2009 il 44,21% ne dà una valutazione insufficiente.

Infrastrutture



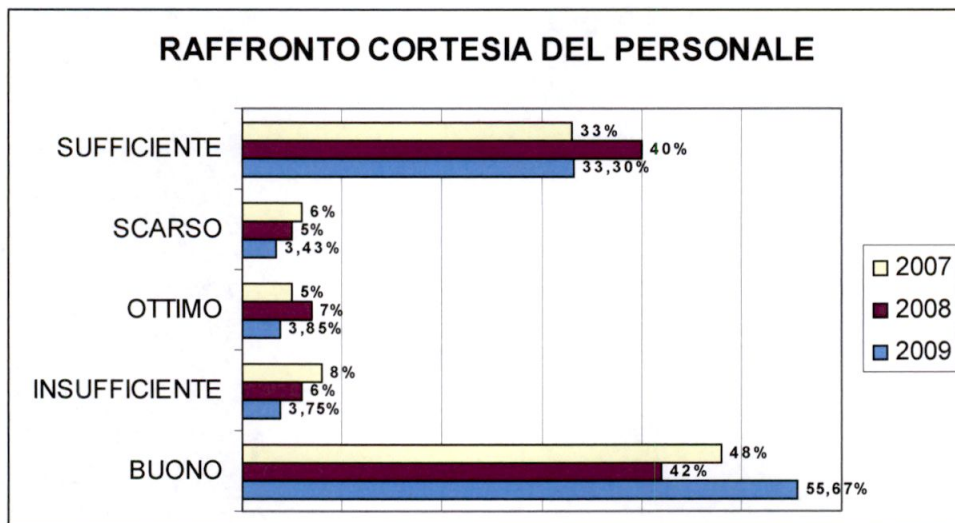
Migliora nel 2009 il giudizio degli intervistati in merito alle infrastrutture che ha raggiunto una valutazione sufficiente portandosi al 37,60%.

Informazioni



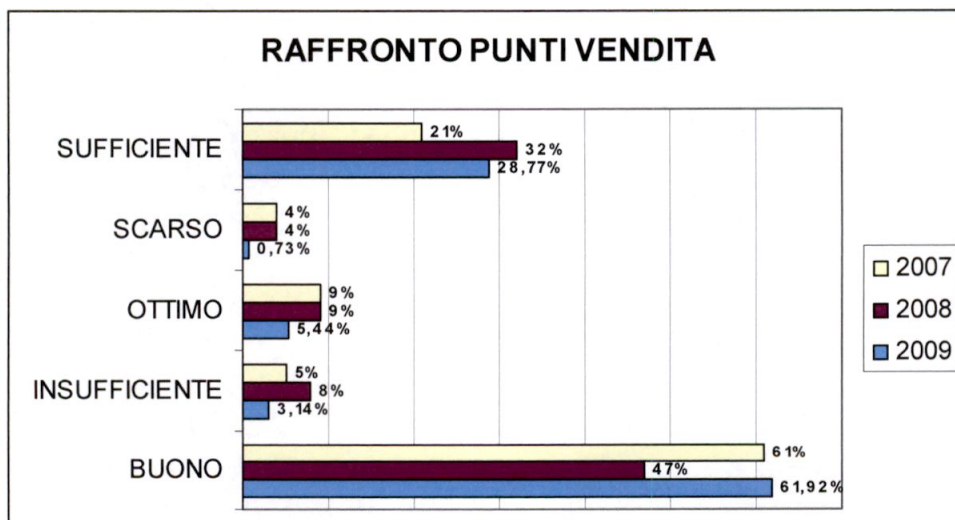
Malgrado il giudizio negativo espresso sui precedenti standard, cresce la fiducia dell'utente verso la rete di informazioni aziendale rispetto all'anno precedente, portandosi al 48,60%.

Cortesia



Cresce anche nel 2009 da parte degli utenti il livello di percezione positivo della cortesia del personale che raggiunge il 55,67% .

Punti vendita



Anche la distribuzione dei punti vendita sul territorio nel 2009 ha raccolto il gradimento del pubblico che lo conferma buono, migliorando leggermente rispetto all'anno precedente.

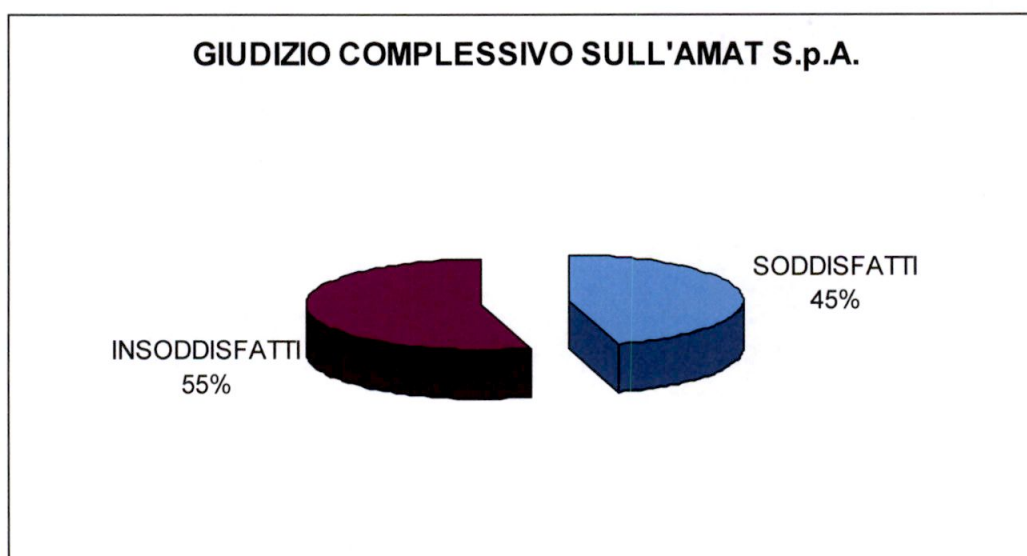
CONCLUSIONE

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.

I dati e le più significative informazioni raccolte consentono di evidenziare quanto segue:

Aspetto	Giudizio
Giudizio complessivo sull'AMAT	Non Soddisfatti
Sicurezza del viaggio	Soddisfatti
Puntualità degli Autobus	Non soddisfatti
Pulizia degli Autobus	Non Soddisfatti
Informazione sulle corse	Soddisfatti
Cortesia del personale	Soddisfatti
Comfort del viaggio	Non Soddisfatti
Infrastrutture	Soddisfatti
Distribuzione dei punti vendita	Soddisfatti

Quest'anno, per la prima volta, la clientela ha espresso un giudizio negativo sull'Azienda nel suo complesso.



Gli intervistati, invitati ad esprimersi sull'aspetto del servizio che ritengono come prioritario, accreditano di particolare valenza la puntualità, la sicurezza, la

pulizia e le infrastrutture. Confermando che tali standard sono quelli sui quali è necessario concentrare gli interventi riorganizzativi.

Dalla precedente tabella riepilogativa si rileva che il grado di insoddisfazione è del 55% , contro il 45% di clienti che si ritengono soddisfatti. La valutazione negativa espressa dall'utenza si è indirizza verso alcune specifiche caratteristiche tecniche del servizio.

Riflettendo sui dati emersi, si rileva che le aree di maggior criticità del servizio coincidono con quegli aspetti del servizio che l'utenza ritiene prioritari, al fine di dirottare la scelta sull'utilizzo del mezzo pubblico in luogo di quello privato.

Le informazioni desunte impongono l'adozione di strategie immediate per recuperare le sacche dell'insoddisfazione la cui efficacia, nel breve periodo, dovrà essere sottoposta a nuove specifiche indagini di customer satisfaction innescando un processo di miglioramento continuo, sia in termini di qualità del servizio che di rapporti tra AMAT ed Utenti.

L'utenza, inoltre, ha proposto istanze e suggerimenti indirizzati verso:

- 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;
- d. più controlli sull'evasione.

Durante l'elaborazione dei questionari l'opinione espressa dagli abbonati ha rilevato un atteggiamento più critico rispetto a quello degli utilizzatori occasionali, ma i loro giudizi sono stati, comunque, negativi.

Gli abbonati hanno espresso aspettative mediamente più elevate nei confronti della qualità tecnica (regolarità del servizio ed infrastruttura).

In conclusione il percorso effettuato ha permesso di acquisire un quadro complessivo degli aspetti organizzativi e funzionali facendo emergere i punti di forza e le criticità. E' ulteriormente migliorato il coinvolgimento degli utenti del servizio facendoli sentire partecipi e protagonisti delle scelte fatte.

Gli intervistati hanno avuto la possibilità di esprimersi e di valutare l'organizzazione e i problemi connessi alla struttura, facendo emergere gli aspetti positivi e negativi dal vissuto dell'ultimo anno. La struttura aziendale ha adesso il

compito di “*far tesoro*” delle criticità emerse, così come le ha rappresentate la clientela, con la consapevolezza che la soluzione dei problemi evidenziati è obiettivo prioritario per il raggiungimento di standard qualitativi corrispondenti a quelli programmati.

LO STAFF OPERATIVO DELLA QUALITA'
(p.i. Cosimo Russo - Dott.ssa Tiziana Tursi)



Ti proponiamo un sondaggio per misurare la tua soddisfazione in qualità di cliente AMAT S.p.A.

Qui di seguito sono riportate alcune domande, alle quali ti chiediamo di rispondere, per raccogliere informazioni utili sui bisogni concreti dei viaggiatori e sulla qualità del servizio offerto dall'AMAT S.p.A.-

Grazie per il tempo che vorrai dedicarci.

TU SEI	☐ ABBONATO ☐ CLIENTE OCCASIONALE ☐ CLIENTE ABITUALE
ETÀ	☐ FINO A 18 ☐ DA 19 A 32 ☐ DA 33 A 55 ☐ OLTRE 55
SESSO	☐ UOMO ☐ DONNA
PROFESSIONE	☐ STUDENTE/SSA ☐ DISOCCUPATO/A ☐ LAV. DIPENDENTE ☐ LAV. AUTONOMO ☐ CASALINGA ☐ PENSIONATO ☐ MILITARE
TITOLO DI STUDIO	☐ NESSUN TITOLO ☐ LICENZA ELEMENTARE ☐ LICENZA MEDIA ☐ DIPLOMA ☐ LAUREA
LUOGO DI RESIDENZA	☐ TARANTO ☐ STATTE ☐ LEPORANO ☐ ALTRA RESIDENZA
1) COME GIUDICHI LA SICUREZZA DEL VIAGGIO, IN TERMINI DI GARANZIA DELL'INCOLUMITA' FISICA SUA E DELLE SUE COSE?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
2) COME GIUDICHI LA PUNTUALITÀ DEGLI AUTOBUS RISPETTO AGLI ORARI AFFISSI ALLE FERMATE?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
3) COME GIUDICHI LA PULIZIA DEGLI AUTOBUS?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo

4)	COME GIUDICHI IL COMFORT DEL VIAGGIO IN TERMINI DI AFFOLLAMENTO E DI CLIMATIZZAZIONE?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
5)	COME GIUDICHI LA MANUTENZIONE DELLE PALINE E DELLE PENSILINE?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
6)	COME GIUDICHI LE INFORMAZIONI ALLA CLIENTELA SUL SERVIZIO AMAT S.p.A.?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
7)	COME GIUDICHI LA DISPONIBILITA' E LA CORTESIA DEL PERSONALE?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
8)	COME GIUDICHI LA DISTRIBUZIONE DEI PUNTI DI ACQUISTO DI BIGLIETTI ED ABBONAMENTI SUL TERRITORIO?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
9)	QUALE, TRA QUELLI ELENCATI, E' PER TE L'ASPETTO PIU' IMPORTANTE DEL SERVIZIO DI TRASPORTO (è possibile fornire più di una risposta):	☐ SICUREZZA ☐ PUNTUALITA' ☐ PULIZIA ☐ CORTESIA ☐ INFORMAZIONE ☐ INFRASTRUTTURE
10)	COME GIUDICHI NEL COMPLESSO IL SERVIZIO DI TRASPORTO OFFERTO DALL'AMAT S.p.A.?	☐ Scarso ☐ Insufficiente ☐ Sufficiente ☐ Buono ☐ Ottimo
11)	QUALI SONO I TUOI SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE IL SERVIZIO DI TRASPORTO URBANO?	

N. B. - Barrare la casella interessata.