

7.2 Indagine di Customer Satisfaction

Il campione

L'indagine è stata condotta su un campione a più stadi di 1203 clienti SIENNA MOBILITÀ (errore di campionamento +/-2%) rappresentativo della popolazione obiettivo, intervistati sul mezzo e così strutturata:



IL campione intervistato è formato dal 41% da uomini e il 59% da donne.

La classe di età più intervistata risulta essere quella compresa tra 15 e 24 anni (30%).

La professione dei fruitori del servizio risultata prevalente è quella degli studenti (37%) e i lavoratori dipendenti (28%).

		Frequenza		
		Alta	Bassa	Totale
Sesso	Uomo	39,6%	42,6%	40,5%
	Donna	60,4%	57,4%	59,5%
	Totale	100,0%	100,0%	100,0%
Età	15-24 anni	30,8%	29,5%	30,4%
	25-34 anni	15,7%	13,7%	15,1%
	35-44 anni	11,7%	12,8%	12,1%
	45-54 anni	15,4%	19,1%	16,6%
	55-64 anni	10,4%	9,6%	10,2%
	Oltre i 64 anni	15,9%	15,3%	15,7%
	Totale	100,0%	100,0%	100,0%
Professione	Lavoratore dipendente	28,5%	28,1%	28,4%
	Lavoratore autonomo	2,6%	3,0%	2,7%
	Commerciante/Imprenditore/Dirigente	1,6%	1,9%	1,7%
	Casalinga/o	6,5%	5,2%	6,1%
	Pensionato/a	16,6%	15,6%	16,3%
	Studente	37,5%	36,3%	37,1%
	Disoccupato/In cerca di prima occupazione	3,2%	6,3%	4,2%
	Altro	3,5%	3,6%	3,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	

* Nelle percentuali degli incroci tra dati fissi e il servizio non sono presenti le non risposte

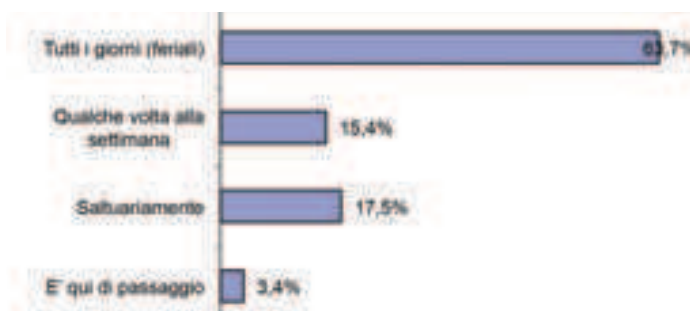
I fattori della qualità

L'Azienda si impegna, almeno una volta l'anno ad effettuare un monitoraggio della qualità percepita dai clienti, tramite indagine campionaria sui fattori qui di seguito indicati. Ecco i risultati:

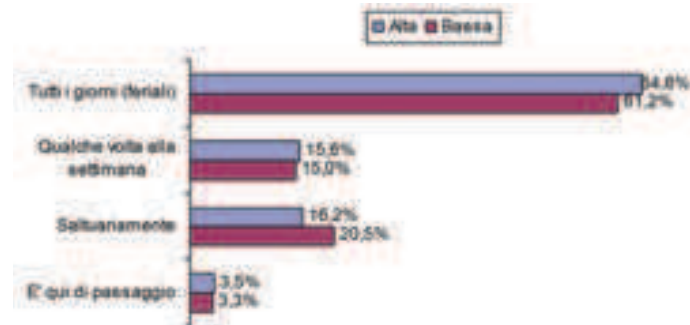
a Sicurezza	66%
b Regolarità del servizio	52%
c Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi e delle stazioni	50%
d Comfort del viaggio a bordo e sul percorso	54%
e Servizi per disabili	53%
f Informazioni alla clientela	67%
g Aspetti relazionali e di comunicazione	65%
h Livello di servizio commerciale e nel front office	80%
i Integrazione modale	56%
j Attenzione all'ambiente	60%
k Servizi aggiuntivi a bordo e nelle stazioni	63%

Frequenza di utilizzo del servizio

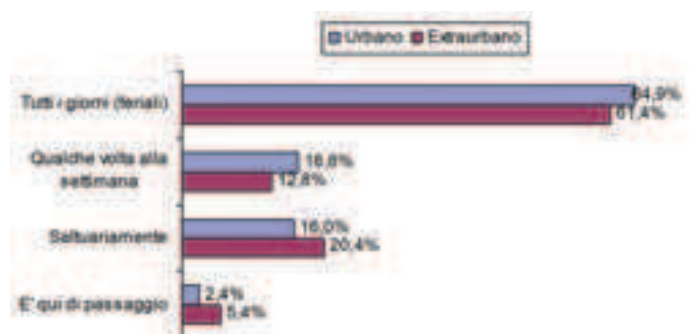
Il 64% degli intervistati utilizza tutti i giorni il servizio di trasporto Siena Mobilità. Il 15% lo utilizza qualche volta a settimana e il 18% saltuariamente.



Dall'incrocio tra l'utilizzo del servizio con la frequenza risulta che gli intervistati utilizzano il servizio tutti i giorni per il 65% in alta frequenza



Dall'incrocio tra l'utilizzo del servizio con il tipo di servizio risulta che gli intervistati utilizzano il servizio tutti i giorni per il 65% nell'urbano e per il 61% nell'extraurbano



Customer satisfaction - Sintesi dei risultati

		Insoddisfatti	Abbastanza Soddisfatti	Completamente Soddisfatti	Totale
Sesso	Uomo	8,6%	34,7%	56,7%	100,0%
	Donna	6,3%	46,8%	46,9%	100,0%
	Totale	7,2%	41,9%	50,9%	100,0%
Età	15-24 anni	6,6%	41,4%	52,1%	100,0%
	25-34 anni	8,8%	48,1%	43,1%	100,0%
	35-44 anni	6,8%	49,0%	44,1%	100,0%
	45-54 anni	9,5%	37,7%	52,8%	100,0%
	55-64 anni	4,9%	36,9%	58,2%	100,0%
	Oltre i 64 anni	6,3%	39,2%	54,5%	100,0%
	Totale	7,2%	41,9%	50,9%	100,0%
Professione	Lavoratore dipendente	7,9%	42,2%	49,9%	100,0%
	Lavoratore autonomo	9,1%	36,4%	54,5%	100,0%
	Commerciante/Imprenditore				
	Dirigente	5,0%	30,0%	65,0%	100,0%
	Casalinga/o	2,7%	43,8%	53,4%	100,0%
	Pensionato/a	7,7%	37,8%	54,6%	100,0%
	Studente	7,0%	44,2%	48,9%	100,0%
	Disoccupato				
	In cerca di prima occupazione	10,0%	26,0%	64,0%	100,0%
	Altro	7,1%	59,5%	33,3%	100,0%
Totale	7,2%	41,9%	50,9%	100,0%	

Anno 2016	Importanza (%)	Soddisfazione (%)
Sicurezza	58	66
Servizio Commerciale	1	80
Informazioni alla clientela	4	67
Attenzione all'ambiente	3	60
Comfort	32	54
Regolarità e puntualità	80	52
Pulizia	21	50

L'analisi della soddisfazione espressa dai clienti di Siena Mobilità 2016 è stata realizzata su un campione di 1201 clienti, di cui il 66% utilizzatori del servizio urbano e il 34% di quello extra urbano. Il profilo dell'azienda di trasporto si caratterizza per un'utenza variegata: accanto agli studenti, che concorrono per il 37%, si segnalano i lavoratori dipendenti (28,4%) ed i pensionati (16,3%). Sono ovviamente significativi i giovani (fino a 24 anni, pari al 30%) mentre tutte le altre fasce d'età sono quindi rappresentate in modo bilanciato.

Le finalità di utilizzo del mezzo pubblico si riconducono prevalentemente al raggiungimento del luogo di lavoro e studio, riportato dal 65% degli intervistati sebbene risultino significativi anche altri utilizzi legati alla mobilità per il tempo libero (indicato dal 17%) unitamente

alla quota di utenti che segnala l'utilizzo del mezzo pubblico per effettuare acquisti (28%) oppure per raggiungere sedi amministrative/mediche (complessivamente il 19%). Rispetto alla rilevazione precedente, risulta stabile la mobilità lavorativa, ed in crescita quella commerciale e amministrativa che ritornano sui valori medi degli anni precedenti. La molteplicità delle finalità di mobilità rilevate si riflette sulla frequenza di utilizzo della rete: oltre la metà dei clienti (64%) riporta un impiego giornaliero, cui si aggiunge una frequenza infra-settimanale da parte del 16% mentre il 17% degli intervistati fa un utilizzo saltuario. La frequenza giornaliera è similmente diffusa tra il servizio urbano e quello extraurbano. L'abbonamento è utilizzato dal 69% dei clienti - in crescita costante nell'arco degli ultimi tre anni - con una netta prevalenza (l'87%) tra coloro che usano il mezzo pubblico per quotidiani spostamenti di lavoro/studio.

Le motivazioni di utilizzo del mezzo pubblico sono anzitutto legate, senza significative differenze tra gli utenti del servizio extra-urbano e urbano, alla difficoltà di utilizzare un mezzo alternativo (riportato dal 49% dei clienti). In secondo luogo viene citata la convenienza rispetto al mezzo privato per l'assenza di problemi di parcheggio (35%) e quindi la convenienza economica (riportata dal 29% degli utenti del servizio urbano e dal 39% di quello extraurbano). Infine, la velocità dei trasferimenti è indicata dal 14% degli intervistati. Complessivamente, anche nel corso del 2016 Siena Mobilità ha confermato il profilo della propria utenza, costituita da clienti abituali e non, con una significativa diffusione dell'abbonamento, che scelgono il mezzo pubblico in alternativa al privato per la semplicità dei trasferimenti e per la convenienza economica.

La soddisfazione generale espressa dell'utenza per i servizi TIEMME segnala un alto livello, il secondo più alto in tutta la serie disponibile dal 2007: il 51% esprime un giudizio di piena soddisfazione e il 42% si ritiene abbastanza soddisfatto. Nell'insieme risultano quindi soddisfatti il 92,7% degli intervistati. La serie storica disponibile sin dal 2007 consente di rilevare un tendenziale incremento di giudizi positivi, confermato dal livello di soddisfazione netta (calcolata come differenza tra la percentuale degli utenti soddisfatti e la percentuale degli insoddisfatti) che si attesta sul 43. Si segnala tuttavia un arretramento rispetto al 2015, anno nel quale il margine di soddisfazione espresso dai clienti di TIEMME è risultato il più alto in assoluto. Complessivamente i clienti dell'azienda di trasporto senese esprimono quindi un ampio margine di gradimento per il servizio loro offerto. Si tratta di un risultato di rilievo, che da una parte consolida gli incrementi degli anni precedenti, mentre dall'altra richiede di interrogarsi sulle motivazioni che spiegano l'arretramento rispetto al 2015, una sfida per l'azienda tutta, impegnata nel mantenimento di un elevato margine di soddisfazione dell'utenza.

Elementi importanti per la valutazione della qualità dei servizi percepita dagli utenti di TIEMME provengono dall'analisi degli indicatori inseriti nella carta dei servizi. Il complessivo Indice sintetico di qualità - con un campo di oscillazione compreso tra 0 (completa insoddisfazione) e 100 (completa soddisfazione) - presenta nel 2016 un valore pari a 61, descrivendo come "abbastanza soddisfatto" il giudizio medio espresso dall'utenza su aspetti caratterizzanti la qualità dei servizi. Si tratta di una valutazione positiva, con un costante miglioramento rispetto al valore rilevato nei tre anni precedenti (rispettivamente 59, 56 e 51).

Il valore complessivo dell'indice sintetico di qualità sottende alcune differenziazioni secondo gli indicatori che lo compongono. Alcuni aspetti sono valutati in modo maggiormente positivo rispetto ad altri, il cui livello di gradimento rimane comunque elevato, non essendo alcun aspetto/servizio giudicato insoddisfacente. Gli utenti riportano anzitutto ampia soddisfazione per la qualità del servizio commerciale e del front office: il valore dell'indice

è pari a 80, con un miglioramento di 8 punti rispetto all'anno precedente. Elevata è anche la valutazione dell'insieme delle informazioni fornite alla clientela, il cui relativo indice - 67 - risulta in crescita di 4 punti rispetto al 2015. La sicurezza del viaggio è anch'essa giudicata positivamente, con un valore dell'indice pari a 66, che conosce tuttavia una leggera flessione rispetto al 2015. Due aspetti del servizio TIEMME vedono poi incrementare in modo rilevante - + 15 punti rispetto al 2015 - il livello di gradimento dei clienti: si tratta dei servizi aggiuntivi a bordo e nelle stazioni (l'indice è pari a 63) e l'attenzione all'ambiente (con un valore dell'indice pari a 60). Sono due aree di innovazione nelle quali l'attenzione dell'azienda è stata nettamente e positivamente percepita dai propri utenti.

La soddisfazione rimane alta per l'integrazione modale (56), il comfort a bordo (54), i servizi per i diversamente abili (53). L'apprezzamento è significativo anche per altri aspetti di base del servizio, come la regolarità del servizio (52) e la pulizia e condizioni igieniche dei mezzi e delle stazioni (l'indice è pari a 50).

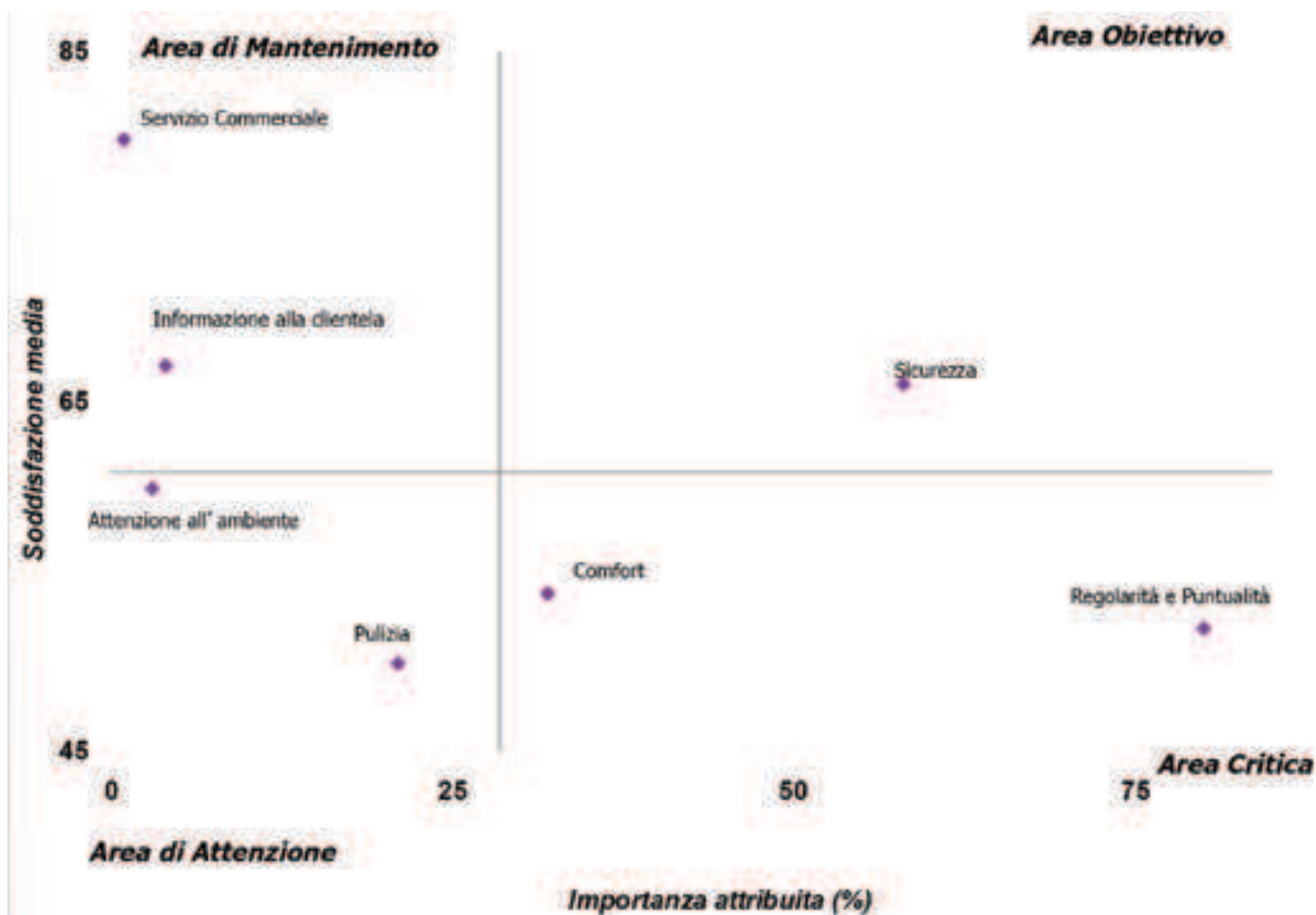
La valutazione che la clientela formula dipende dal confronto tra aspettative e realizzazioni percepite. Le aspettative nei confronti del servizio pubblico di trasporto da parte degli utenti costituiscono quindi criteri utili per valutare l'adeguatezza dei servizi offerti. Gli elementi che definiscono, secondo i clienti di Siena Mobilità, la mappa della qualità di un servizio di trasporto non si discostano significativamente rispetto alle rilevazioni degli anni passati. Regolarità e puntualità delle corse unitamente alla sicurezza del viaggio sono indicati come maggiormente importanti, segnalati dall'80% e 58% degli intervistati. La soddisfazione per questi aspetti è maggiormente elevata per la sicurezza (l'indice è pari a 66) rispetto alla regolarità e puntualità (l'indice scende a 52). Al terzo posto per importanza si posiziona il comfort di viaggio (con un indice pari a 32), rispetto al quale la soddisfazione dell'utenza è ampia (l'indice di soddisfazione è pari a 54).

Possiamo delineare l'immagine complessiva che gli utenti di Siena Mobilità hanno del servizio loro offerto posizionando su uno spazio bidimensionale i precedenti fattori delineati dall'utenza quali prioritari associando loro il livello di soddisfazione espresso. La qualità percepita appare alta, così come la domanda dell'utenza chiaramente individua gli aspetti considerati rilevanti per la mobilità urbana ed extra-urbana. L'analisi congiunta di queste due dimensioni consente quindi una riflessione sulle possibili strategie da perseguire da parte dell'azienda.

Il grafico riportato nella Figura 1 riporta quindi i valori medi di importanza e gradimento che gli utenti esprimono per i vari aspetti del servizio. Il loro posizionamento nello spazio definito dalle due dimensioni dell'importanza (con un valore medio di 28%) e della soddisfazione (con un valore medio di 61 riferito all'aspetto considerato come il più importante) delineano quattro quadranti. Il primo quadrante in alto a destra - definito Area Obiettivo - è caratterizzato da un'alta importanza unitamente ad un medio-alto livello di soddisfazione: in questo quadrante ricade, come già in passato, il giudizio relativo alla Sicurezza. E' questo un fattore strategico da presidiare per il mantenimento degli attuali standard di qualità, che rimane alto nelle priorità della clientela e per il quale è necessaria attenzione costante. Nel secondo quadrante in basso a destra, che possiamo interpretare come Area Critica, compaiono all'opposto aspetti cui l'utenza assegna importanza e per i quali i livelli di soddisfazione sono tuttavia al di sotto del valore medio pur rimanendo lontano da soglie di disaffezione. Si tratta della Regolarità e Comfort di viaggio per i quali vi sono margini di miglioramento possibili. L'Area di Attenzione - collocata nel quadrante in basso a sinistra- individua quindi due fattori: la Pulizia e l'Attenzione all'ambiente, nei confronti del quale sia la soddisfazione che l'importanza attribuita si collocano appena al di sotto del livello medio, segnalando quindi

l'opportunità di una strategia di valorizzazione ed attenzione. Infine, l'Area di Mantenimento individua aspetti - il Servizio commerciale e l'Informazione alla clientela - per i quali gli alti livelli di soddisfazione espressi segnalano l'attenzione ad essi dedicati dall'azienda. Il positivo apprezzamento può contribuire a farli considerare dall'utenza in qualche modo come acquisiti, e quindi "scontati" in termini d'importanza espressa. Tuttavia è opportuno che la soglia di attenzione da parte dell'azienda rimanga alta in quanto fattori competitivi e risorsa preziosa per il giudizio dei clienti di Tiemme.

Anno 2016



Gli utenti dell'azienda di trasporto senese esprimono un significativo margine di gradimento per il servizio loro offerto, con giudizi nettamente positivi e in tendenziale miglioramento rispetto al complesso della serie storica disponibile. L'apprezzamento complessivo è elevato - sono soddisfatti il 92,7% dei clienti intervistati - presentando il secondo valore più alto dal 2007. Alcuni servizi sono percepiti in modo nettamente positivo, in particolare la qualità del servizio commerciale e del front office, le informazioni disponibili alla clientela, la sicurezza del viaggio, la capacità di comunicare e di accogliere l'utenza. La soddisfazione si mantiene elevata anche per altri aspetti di base del servizio, come il confort di viaggio o l'integrazione modale. Migliorano nettamente i giudizi relativi all'attenzione all'ambiente e i servizi aggiuntivi nelle stazioni, aspetti questi ultimi cui i clienti di Siena Mobilità attribuiscono importanza. Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi e stazioni, unitamente alla regolarità del servizio, segnalano aree in cui la soddisfazione espressa dall'utenza permane ma che presentano opportunità di miglioramento. L'immagine complessiva è quindi quella di

un'azienda che nel corso del 2016 è stata apprezzata dalla propria utenza, la quale risponde con gradimento alle innovazioni introdotte e all'impegno degli operatori nell'espletare il servizio di trasporto. Ciò è confermato dall'alto tasso di fidelizzazione della clientela, e dalla preferenza accordata al mezzo pubblico per la facilità ed economicità dei trasferimenti. Spazi di ulteriore penetrazione nella clientela locale sono tuttavia possibili: anzitutto ampliando ulteriormente la fruizione nel tempo libero e nella mobilità extra-professionale e nell'assicurare una costante regolarità del servizio offerto.

7.3 Editing, distribuzione ed aggiornamento della Carta dei Servizi

L'azienda si impegna a pubblicare, con cadenza annuale, la versione integrale della carta dei servizi secondo lo schema tipo approvato dal Consiglio Regionale, completa, a partire dal secondo anno di pubblicazione della medesima, degli esiti delle rilevazioni previste alle tabelle di cui al paragrafo 7.1 e 7.2; detta versione integrale è posta in visione per l'utenza presso tutte le sedi aziendali e tutte le autostazioni/stazioni presenziate ed è inoltre inviata alla regione Toscana, a tutti i comuni ed a tutte le province nel cui ambito territoriale l'azienda effettui servizi di trasporto, nonché alle Associazioni degli utenti indicate nella parte prima della presente carta ed alle altre Associazioni degli utenti eventualmente presenti a livello locale.

La carta è inoltre consultabile sul seguente sito internet www.sienamobilita.it.

Nel corso dell'anno di riferimento le versioni cartacee della carta dei servizi sono aggiornate con le eventuali integrazioni (cartacee) che si rendessero necessarie.

La versione telematica della carta consultabile su Internet è costantemente aggiornata in tempo reale.

La versione ridotta della carta dei servizi non viene prodotta in quanto la versione integrale viene pubblicata e diffusa in quantitativi tali da poterla effettivamente diffondere alla clientela, particolarmente in ottemperanza a quanto previsto dal regolamento regionale 3 gennaio 2005, n.9/R, art. 3 comma 1) lettere d) ed e).

7.4 Certificazioni

TIEMME, in qualità di capofila della scarl, ha come missione fondamentale quella di assicurare alla popolazione del territorio su cui opera il diritto alla mobilità, fornendo un servizio di buona qualità, ottimizzando l'impiego delle risorse disponibili (economiche e naturali) e, allo stesso tempo, assicurando la salute e sicurezza ed il rispetto dei principi dell'etica del lavoro per i propri lavoratori e per i fornitori su cui può esercitare un'influenza. Questi concetti sono stati tradotti nel Manuale Integrato della Qualità di TIEMME.

Per attuare la propria missione, TIEMME ha scelto come linee guida le norme internazionali che definiscono i principi da attuare per assicurare la qualità del Servizio (ISO 9001), la tutela dell'ambiente e la riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività (ISO 14001), la salute e sicurezza dei propri lavoratori (OHSAS 18001) e la Responsabilità Sociale per i propri dipendenti e per i fornitori (SA 8000).

Dalla costituzione di Tiemme Spa è emersa la necessità di creare un sistema integrato di certificazioni basato sullo stesso modello strutturale valido per la sede legale e per ciascuna sede operativa, con l'obiettivo di acquisire le certificazioni esistenti nelle Società Madri.

In coerenza con gli obiettivi di cui sopra ha conseguito le seguenti certificazioni, rilasciate dall'Ente Certificatore TÜV Italia:

- Qualità (ISO 9001/2008) con emissione del certificato in data 04.04.2015
- Ambientale (ISO 14001:2004), certificato emesso in data 16.07.2015
- SA 8000:2008, data di emissione certificato 03.08.2016