



PER



E.A.V.

INDAGINE DI CUSTOMER SATISFACTION 2016  
**EXECUTIVE SUMMARY**



## 1. PREMESSA E METODOLOGIA

Scenari srl, società di ricerca di mercato, leader nel settore delle indagini di Customer Satisfaction nei Trasporti, e assegnataria del bando di gara EAV per la rilevazione per l'anno 2016, si è occupata dello svolgimento dell'attività.

L'indagine, condotta con metodologia CAPI (*Computer Assisted Personal Interview*) è stata realizzata nei giorni dal **09 al 19 marzo 2017**.

Scenari ha provveduto alla selezione e alla formazione, mediante una giornata di briefing, di un team di **21** intervistatori professionisti e specializzati, coadiuvati da una supervisor e coordinati dalla responsabile Field di Scenari.

La rilevazione ha monitorato la soddisfazione dei viaggiatori relativamente ai seguenti ambiti:

- ✓ Soddisfazione complessiva sui servizi offerti (QP)
- ✓ Soddisfazione sui singoli fattori di qualità relativi alle stazioni di partenza, alla permanenza a bordo e ai servizi offerti e , in particolare:
  - SECURITY
  - COMFORT E PULIZIA DELLE STAZIONI/TRENI/AUTOBUS
  - PUNTUALITA'
  - FREQUENZA DELLE CORSE
  - SERVIZI BIGLIETTERIA
  - REGOLARITA' DEL SERVIZIO
  - PROFESSIONALITA' DEL PERSONALE
  - SAFETY
  - INFORMAZIONI
  - ACCESSIBILITA'
  - SERVIZI PER PMR
  - INTERMODALITA'



## 1.1 PREMESSA E METODOLOGIA

Per la valutazione della qualità percepita dagli utenti in stazione e a bordo treno e autobus, è stata utilizzata una scala pentenaria, in cui per ciascun fattore è stato chiesto di esprimere un giudizio da 1 a 5, dove 1 rappresenta il minimo della soddisfazione e 5 il massimo.

Al fine di favorire la lettura dei grafici e delle tabelle, si utilizzerà una scala cromatica secondo la legenda di seguito riportata:

1	2	3	4	5
totalmente insoddisfatti	poco soddisfatti	parzialmente soddisfatti	soddisfatti	molto soddisfatti
insufficiente	mediocre	sufficiente	buono	eccellente
negativo	migliorabile	positivo	positivo	molto positivo

Nelle slide successive si riporteranno i dati rilevati ed analizzati considerando il voto medio attribuito dal campione totale e per i singoli servizi e comparando le informazioni con lo storico disponibile.



## 2. IL CAMPIONE

L'indagine ha coinvolto un campione di passeggeri dei servizi su ferro e gomma EAV. In totale sono state effettuate 3282 interviste ai viaggiatori dei servizi su ferro e 689 interviste ai viaggiatori dei servizi su gomma.

Il campionamento è stato realizzato in considerazione dei piani forniti da EAV e nel rispetto della ripartizione per fascia oraria e giorni feriali e festivi indicati.

Si riportano di seguito le tabelle di sintesi con le numerosità delle interviste effettuate per ciascun servizio/linea oggetto dell'indagine.

FERRO	
SERVIZIO	NUMEROSITA'
Linee Vesuviane	2004
Linee Flegree	969
Linee Suburbane	102
Linea Metropolitana	207

GOMMA	
SERVIZIO	NUMEROSITA'
Area Sorrento	111
Area Provincia di Napoli	180
Area Procida	30
Area Castellammare	30
Area Bacoli	76
Area Ischia	262



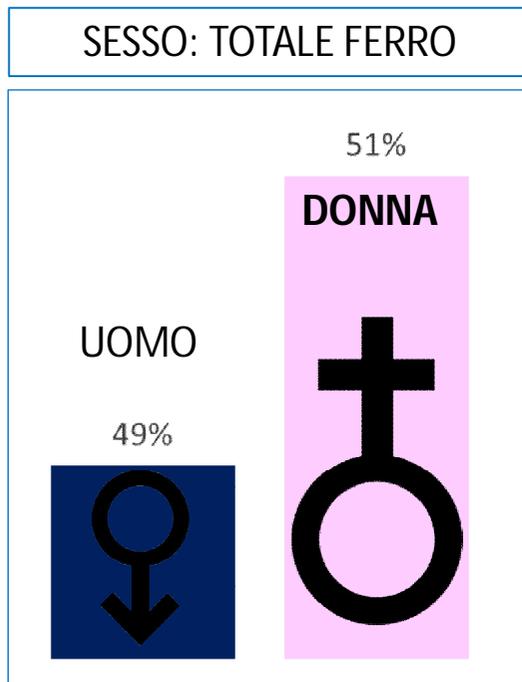
RILEVAZIONE DI CUSTOMER SATISFACTION 2017 DEI SERVIZI SU FERRO

### 3. I VIAGGIATORI: SESSO

FERRO



Si riportano in queste pagine i dati strutturali relativi ai viaggiatori intervistati.



SESSO PER TIPOLOGIA SERVIZIO

	Linee Vesuviane	Linee Suburbane	Linee Flegree	Linea Metropolitana
UOMO	51%	49%	46%	41%
DONNA	49%	51%	54%	59%

Relativamente al genere dell'utente si denota un sostanziale equilibrio tra uomini e donne sia a livello di campione totale che per singolo servizio rilevato.



### 3.1 I VIAGGIATORI: ETA' E PROFESSIONE

ETA': TOTALE FERRO	
Meno 18 di anni	12%
18-26 anni	35%
27-40 anni	25%
41-60 anni	19%
Oltre i 60 anni	9%

ETA' PER TIPOLOGIA SERVIZIO				
	Linee Vesuviane	Linee Suburbane	Linee Flegree	Linea Metropolitana
Meno 18 di anni	9%	9%	22%	3%
18-26 anni	40%	40%	25%	26%
27-40 anni	28%	22%	18%	33%
41-60 anni	15%	25%	24%	27%
Oltre i 60 anni	8%	4%	11%	11%
	100%	100%	100%	100%

PROFESSIONE: TOTALE FERRO	
Casalinga	7%
Impiegato/Docente	16%
Libero Professionista	10%
Studente	38%
Altro	1%
Non Occupato	8%
Operaio/Artigiano	12%
Pensionato	8%

PROFESSIONE PER TIPOLOGIA SERVIZIO				
	Linee Vesuviane	Linee Suburbane	Linee Flegree	Linea Metropolitana
Impiegato/Docente	17%	25%	13%	20%
Libero Professionista	11%	14%	7%	20%
Studente	37%	51%	42%	24%
Altro	0%	0%	0%	2%
Non Occupato	5%	2%	10%	8%
Operaio/Artigiano	13%	6%	12%	6%
Pensionato	8%	1%	8%	12%

I dati relativi ad età e professione degli intervistati confermano, rispetto alle rilevazioni precedenti, una prevalenza di soggetti in età compresa tra i 18 e i 40 anni (il 60% del totale viaggiatori), coerentemente con la maggioranza di studenti e impiegati/docenti.

Per Linee Flegree, in particolare si evidenzia una quota più rilevante di soggetti di età inferiore a 18 anni, di questi il 97% studenti.

## 3.2 I VIAGGIATORI: RESIDENZA

FERRO



### RESIDENZA: PER TIPOLOGIA SERVIZIO

RESIDENZA: TOTALE FERRO	
<b>Provincia di Napoli</b>	<b>44%</b>
<b>Napoli</b>	<b>37%</b>
Provincia di Avellino	5%
Provincia di Benevento	4%
Provincia di Salerno	4%
Provincia di Caserta	4%
Straniera/ Altra nazione	2%
Altre regioni Italiane	1%

	Linee Vesuviane	Linee Suburbane	Linee Flegree	Linea Metropolitana
<b>Provincia di Napoli</b>	<b>51%</b>	6%	<b>38%</b>	<b>23%</b>
<b>Napoli</b>	<b>30%</b>	0%	<b>60%</b>	<b>20%</b>
Provincia di Avellino	6%	11%	0%	16%
Provincia di Benevento	3%	29%	0%	23%
Provincia di Salerno	6%	6%	0%	5%
Provincia di Caserta	2%	<b>46%</b>	0%	11%
Straniera/ Altra nazione	1%	0%	2%	1%
Altre regioni Italiane	1%	2%	0%	0%

La Provincia di residenza dei viaggiatori riflette le tratte coperte dai diversi servizi, con una maggioranza di passeggeri residenti a Napoli e Provincia per le Linee Vesuviane e le Linee Flegree; mentre per le Linee Suburbane si rileva una % più elevata di passeggeri provenienti dalla provincia di Caserta.

### 3.3 I VIAGGIATORI: MOTIVO DELLO SPOSTAMENTO

FERRO



MOTIVO DEL VIAGGIO: TOTALE FERRO	
<b>Acquisti/commissioni private</b>	<b>38%</b>
<b>Studio</b>	<b>29%</b>
<b>Lavoro</b>	<b>27%</b>
Turismo	5%
Altro	1%

MOTIVO DEL VIAGGIO PER TIPOLOGIA SERVIZIO				
	Linee Vesuviane	Linee Suburbane	Linee Flegree	Linea Metropolitana
<b>Acquisti/commissioni private</b>	<b>37%</b>	15%	<b>46%</b>	<b>30%</b>
<b>Studio</b>	<b>29%</b>	<b>43%</b>	<b>27%</b>	<b>25%</b>
<b>Lavoro</b>	<b>28%</b>	<b>29%</b>	<b>22%</b>	<b>42%</b>
Turismo	4%	3%	5%	3%
Altro	1%	10%	0%	0%

Acquisti e commissioni private, Studio e Lavoro sono i principali motivi del viaggio. Da evidenziare la bassa % di soggetti che hanno risposto «altro» (risposta con una % elevata nella precedente rilevazione); rispetto al 2016 sale la numerosità di coloro che indicano «Acquisti/commissioni private». Tale percentuale risulta particolarmente alta per le Linee Flegree; mentre le Linee Suburbane sono il servizio con il maggior numero di soggetti che dichiarano di spostarsi per studio.

### 3.5 I VIAGGIATORI: FREQUENZA VIAGGIO

FERRO



#### FREQUENZA: TOTALE FERRO

Giorni alla settimana	
1	13%
2	15%
3	15%
4	13%
5	16%
6	11%
7	6%
E' la prima volta/Più raramente	11%

L'introduzione dell'item Più raramente/E' la prima volta, ha inciso per l'11% sul totale delle risposte; evidenziando la presenza di una fetta di viaggiatori che utilizza il servizio meno di una volta alla settimana, coerentemente con la % di soggetti che si sposta per commissioni e affari personali. L'**89%** dei viaggiatori, invece, utilizza il servizio almeno 1 volta alla settimana.

### 3.6 I VIAGGIATORI: MEZZI UTILIZZATI

FERRO



#### TOTALE FERRO

Per completare il viaggio utilizza o utilizzerà altri mezzi?

SI	28%
<b>NO</b>	<b>72%</b>

Il **72%** del totale viaggiatori dichiara che non prenderà altri mezzi per raggiungere la sua destinazione.

I mezzi di trasporto più utilizzati sono Treno, Metropolitana e Funicolare, seguite da auto proprie, la % di utilizzo di vetture private è maggiore (il 35%) per gli utenti della Linea Metropolitana.

#### MEZZI UTILIZZATI

Quali mezzi di trasporto utilizza maggiormente?

<b>Treno/Metro/ Funicolare</b>	<b>61%</b>
Autobus	17%
Mezzo privato	22%

## 4. FATTORI DI QUALITA'

1 totalmente insoddisfatti insufficiente negativo	2 poco soddisfatti mediocre migliorabile	3 parzialmente soddisfatti sufficiente positivo	4 soddisfatti buono positivo	5 molto soddisfatti eccellente molto positivo
--	---	--	---------------------------------------	--



FATTORI DI QUALITA'	Media		
	2016	2015	2014
Puntualità del servizio	2,4	1,87	2
Regolarità del servizio	2,5	1,83	2
Sicurezza del viaggio	3	2,76	2,66
Sicurezza a bordo	2,5	2,05	2,47
Sicurezza nelle stazioni	2,8	1,99	2,3
Affollamento a bordo	2,4	2,15	1,61
Comfort del viaggio	2,5	2	1,9
Comfort delle stazioni	2,6	1,89	2,22
Pulizia dei mezzi	2,5	1,90	1,79
Pulizia delle stazioni	2,6	1,85	2,05
Informazioni fornite a bordo	2,4	2,16	2,01
Informazioni fornite nelle stazioni	2,8	2,17	2,38
Reperibilità di informazioni su orari e percorsi	2,9	2,8	2,5
Servizio numero verde informazioni 800211388	2,7	2,23	1,81
Servizi di biglietteria	3,1	2,3	2,62
Comportamento del personale	3,1	3,13	2,85
Accessibilità ai mezzi	3	3,44	2,66
Servizi per i diversamente abili	2,3	1,31	1,58
Integrazione modale con altri vettori	2,9	2,8	2,28
Attenzione ai problemi ambientali	2,4	2,08	1,93
<b>GIUDIZIO COMPLESSIVO SUL SERVIZIO OFFERTO</b>	2,8	2,26	2,29
<b>Media punteggi</b>	2,7	2,04	2,23



## 4.2 FATTORI DI QUALITA' A BORDO TRENO E IN STAZIONE PER LINEE

1 totalmente insoddisfatti insufficiente negativo	2 poco soddisfatti mediocri migliorabile	3 parzialmente soddisfatti sufficiente positivo	4 soddisfatti buono positivo	5 molto soddisfatti eccellente molto positivo
--	---	--	---------------------------------------	--



	Linee Vesuviane			Linee Suburbane			Linee Flegree			Linea Metropolitana		
	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2016	delta vs 2014
SECURITY	2,5	0,9	0,3	2,9	0,1	-0,21	2,2	-0,3	0,0	3,9	0,2	0,7
AFFOLLAMENTO	2,4	0,5	0,9	3,9	1,6	1,08	2,0	-0,3	0,6	3,5	-0,4	1,2
COMFORT	2,5	0,5	0,6	2,6	0,4	0,09	2,1	0,4	0,5	3,7	0,5	1,2
PULIZIA	2,4	0,5	0,7	2,4	0,1	0,22	2,2	0,7	0,7	3,7	0,9	1,3
INFORMAZIONI	2,6	0,4	0,5	2,5	0,2	0,07	1,6	-0,3	0,0	3,6	1,4	1,1
VOTO MEDIO	2,5	0,6	0,6	2,9	0,5	0,26	2,0	0,0	0,3	3,7	0,5	1,1
Base 2004 casi			Base 102 casi			Base 969 casi			Base 207 casi			

	Linee Vesuviane			Linee Suburbane			Linee Flegree			Linea Metropolitana		
	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014
SECURITY	2,7	1,0	0,5	3,0	0,6	0,21	2,8	0,4	0,5	3,0	-0,4	0,0
COMFORT	2,6	0,8	0,4	2,5	0,6	1,08	2,5	0,6	0,5	3,9	1,3	1,2
PULIZIA	2,5	0,7	0,4	2,9	1,1	0	2,5	0,8	0,7	3,7	1,0	1,1
INFORMAZIONI	2,9	0,7	0,3	3,0	1,0	0,22	2,2	0,3	0,2	3,6	0,7	1,0
SERVIZI DI BIGLIETTERIA	3,1	0,7	0,2	3,5	1,5	0,07	3,0	0,8	0,8	3,8	1,0	1,1
VOTO MEDIO	2,8	0,8	0,4	3,0	1,0	0,26	2,6	0,6	0,5	3,6	0,7	0,9
Base 2004 casi			Base 102 casi			Base 969 casi			Base 207 casi			



## 4.3 FATTORI DI QUALITA' GENERALI PER LINEE

1 totalmente insoddisfatti insufficiente negativo	2 poco soddisfatti mediocre migliorabile	3 parzialmente soddisfatti sufficiente positivo	4 soddisfatti buono positivo	5 molto soddisfatti eccellente molto positivo
--	---	--	---------------------------------------	--



	Linee Vesuviane			Linee Suburbane			Linee Flegree			Linea Metropolitana		
	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014	VOTO MEDIO	delta vs 2015	delta vs 2014
PUNTUALITA'	2,5	0,7	0,4	2,4	-0,4	-0,75	1,8	0,5	0,4	3,5	0,1	0,4
REGOLARITA'	2,7	0,8	0,5	2,5	0,0	-0,26	1,9	0,4	0,4	3,7	0,3	0,8
SICUREZZA VIAGGIO	2,8	0,2	0,2	2,9	0,0	-0,42	3,1	0,3	0,7	3,8	0,4	0,2
REPERIBILITA' INFORMAZIONI	3,0	-0,1	0,1	3,1	0,6	0,09	2,7	0,5	0,9	3,6	0,8	1,1
COMPORAMENTO PERSONALE	3,0	-0,2	0,0	3,7	0,5	0,39	3,0	0,4	0,5	3,7	-0,1	0,4
ACCESSIBILITA'	2,9	-0,8	0,2	3,1	0,6	-0,12	3,2	0,3	0,9	3,6	-0,2	0,4
SERVIZI PMR	2,4	1,1	0,7	1,6	0,5	0,03	2,0	0,7	0,8	3,7	1,5	1,5
INTEGRAZIONE MODALE	2,9	0,0	0,5	2,9	0,0	0,13	2,4	-0,2	0,5	3,2	0,3	0,7
PROBLEMI AMBIENTALI	2,5	0,5	0,4	2,2	0,6	0,28	2,6	0,3	1,1	3,8	1,0	1,4
<b>VOTO MEDIO</b>	<b>2,7</b>	<b>0,3</b>	<b>0,3</b>	<b>2,7</b>	<b>0,3</b>	<b>-0,08</b>	<b>2,5</b>	<b>0,4</b>	<b>0,7</b>	<b>3,6</b>	<b>0,4</b>	<b>0,8</b>

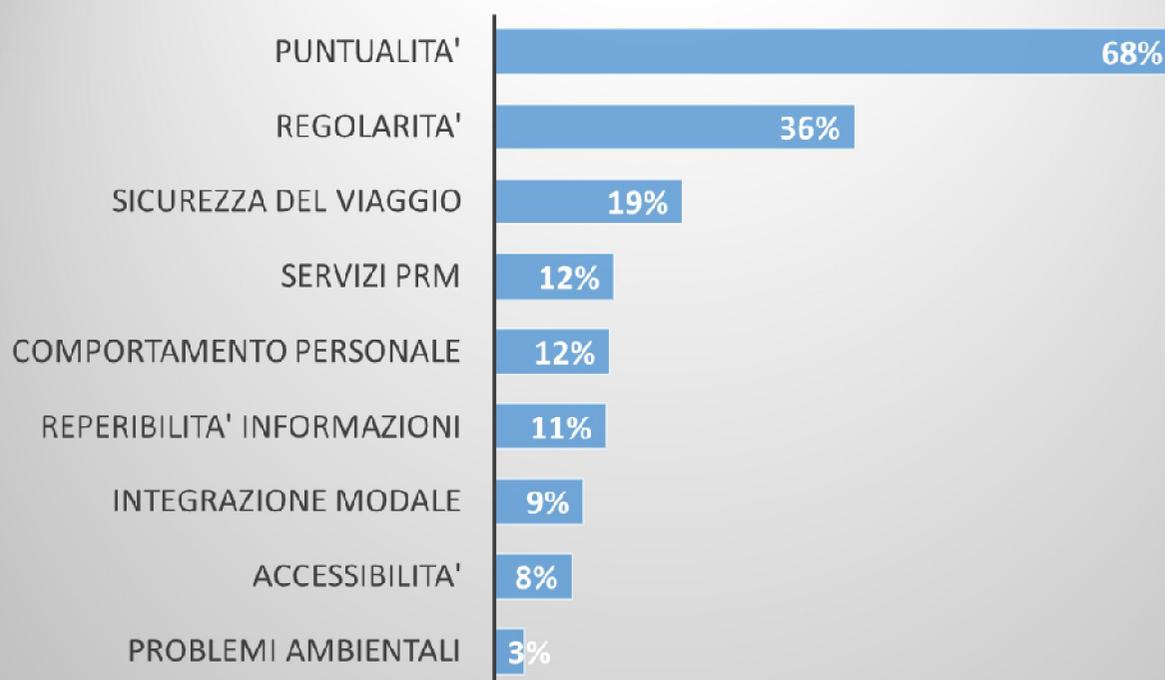
## 4.4 LIVELLO IMPORTANZA FATTORI DI QUALITA' GENERALI

FERRO



TOTALE FERRO – Base 3282 casi

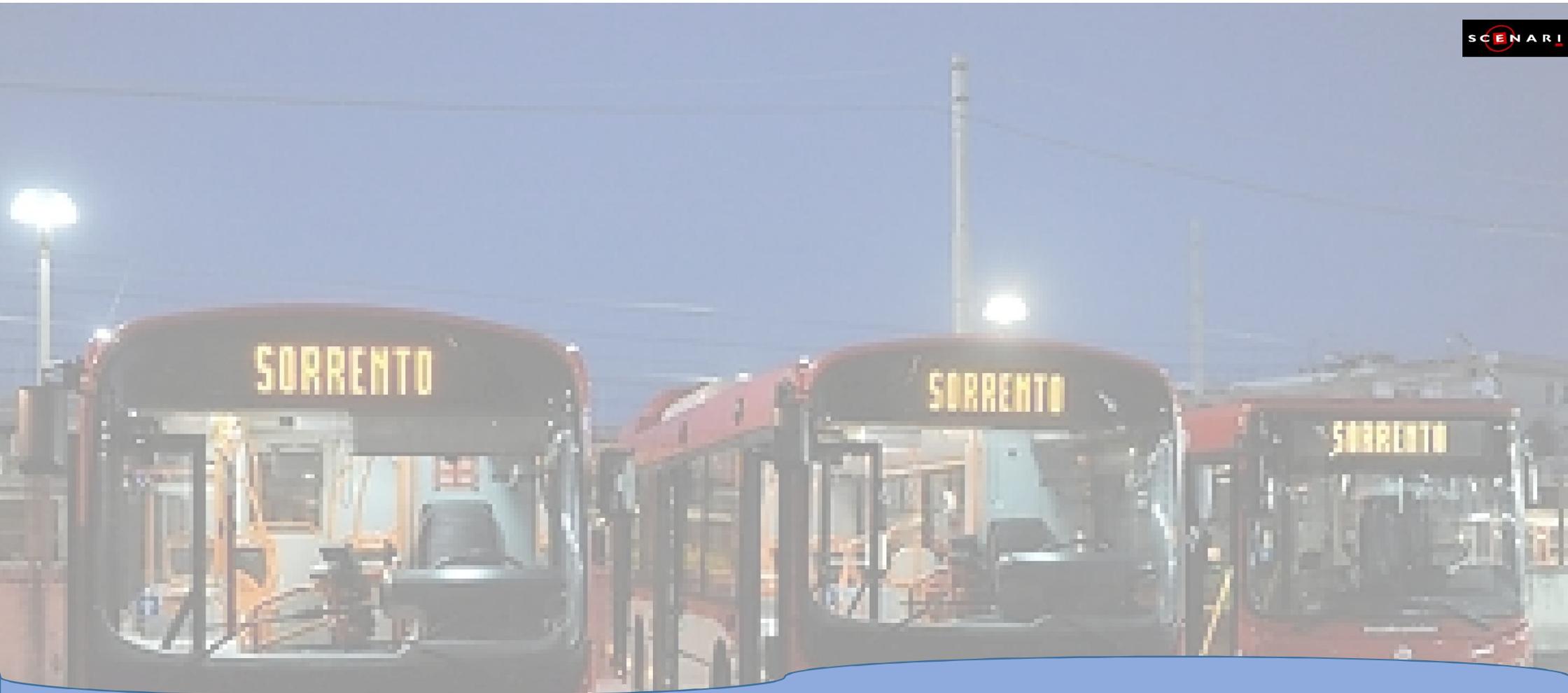
### LIVELLO IMPORTANZA



I fattori considerati più importanti dal campione totale sono la **Puntualità** e la **Regolarità** del servizio che sono stati indicati rispettivamente dal 68% e dal 36% del campione.

La elevata % di importanza attribuita alla **puntualità**, uno dei fattori con la soddisfazione generale più bassa (voto medio 2,4) è indice della problematicità di questo fattore, che si configura come fondamentale e per il quale le basse prestazioni incidono in maniera evidente e rilevante sulla percezione della qualità del servizio.

Il miglioramento di questo fattore potrebbe quindi portare ad un generale innalzamento della soddisfazione complessiva della clientela.



RILEVAZIONE DI CUSTOMER SATISFACTION 2017 DEI SERVIZI SU GOMMA

## 7. I VIAGGIATORI: SESSO



Si riportano in queste pagine i dati strutturali relativi al campione casuale di viaggiatori intervistati.

### SESSO: TOTALE GOMMA

52%

**UOMO**



**DONNA**

48%



### SESSO PER TIPOLOGIA SERVIZIO

	AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
UOMO	63%	55%	60%	33%	54%	45%
DONNA	37%	45%	40%	67%	46%	55%

Relativamente al genere dell'utente si denota un sostanziale equilibrio tra uomini e donne sul campione totale. Per le singole aree si evidenzia una maggioranza di maschi soprattutto per le aree Sorrento e Procida; mentre tra i viaggiatori intervistati sulle linee di Castellammare si rileva una maggioranza di donne.

## 7.1 I VIAGGIATORI: ETA' E PROFESSIONE

### ETA' PER TIPOLOGIA SERVIZIO

ETA': TOTALE GOMMA	
Meno 18 di anni	14%
18-26 anni	16%
27-40 anni	28%
41-60 anni	27%
Oltre i 60 anni	15%

AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
28%	4%	7%	0%	4%	19%
13%	24%	13%	17%	14%	13%
23%	27%	43%	43%	36%	25%
21%	34%	17%	27%	29%	26%
15%	10%	20%	13%	17%	17%

L'età media degli intervistati e il profilo professionale variano in funzione dell'area di riferimento. Ischia e Sorrento sono le aree con la % più elevata di giovani e di conseguenza di studenti. Allo stesso modo nelle aree quali Procida, Bacoli o Castellammare, dove l'età media è più alta sale la percentuale di lavoratori che si spostano con gli autobus.

### PROFESSIONE: TOTALE GOMMA

Studente	20%
Operaio/Artigiano	16%
Impiegato/Docente	22%
Libero Professionista	13%
Casalinga	11%
Pensionato	11%
Non Occupato	5%

### PROFESSIONE PER TIPOLOGIA SERVIZIO

AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
34%	12%	7%	0%	8%	27%
11%	23%	20%	30%	24%	10%
8%	24%	20%	40%	30%	23%
14%	16%	13%	10%	16%	11%
14%	10%	17%	7%	8%	11%
9%	8%	23%	13%	12%	13%
11%	7%	0%	0%	3%	4%

## RESIDENZA: PER TIPOLOGIA SERVIZIO

## RESIDENZA: TOTALE GOMMA

<b>Provincia di Napoli</b>	<b>66%</b>
<b>Napoli</b>	<b>11%</b>
Provincia di Salerno	4%
Provincia di Caserta	2%
Provincia di Avellino	6%
Provincia di Benevento	2%
Straniera/ Altra nazione	3%
Altre regioni Italiane	6%

AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
<b>68%</b>	<b>65%</b>	<b>50%</b>	<b>87%</b>	<b>76%</b>	<b>62%</b>
12%	9%	3%	3%	14%	13%
6%	9%	3%	0%	0%	1%
2%	1%	7%	0%	3%	2%
7%	11%	23%	10%	5%	1%
2%	2%	0%	0%	1%	2%
2%	4%	10%	0%	0%	5%
1%	0%	3%	0%	0%	15%

La Provincia di residenza dei viaggiatori riflette le tratte coperte dai diversi servizi, con una ampia maggioranza di passeggeri residenti in Provincia di Napoli.

## 7.3 I VIAGGIATORI: MOTIVO DELLO SPOSTAMENTO

MOTIVO DEL VIAGGIO: TOTALE GOMMA	
<b>Acquisti/commissioni private</b>	<b>47%</b>
<b>Lavoro</b>	<b>22%</b>
<b>Studio</b>	<b>15%</b>
<b>Turismo</b>	<b>15%</b>

MOTIVO DEL VIAGGIO: PER TIPOLOGIA SERVIZIO					
AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
<b>47%</b>	<b>61%</b>	23%	<b>70%</b>	<b>47%</b>	<b>39%</b>
15%	<b>29%</b>	20%	<b>30%</b>	<b>43%</b>	13%
<b>24%</b>	9%	3%	0%	7%	21%
14%	1%	<b>53%</b>	0%	3%	<b>27%</b>

Acquisti e commissioni private sono il principale motivo di viaggio sul totale del campione; seguite da Lavoro e Studio. Rilevante anche la % di soggetti che si spostano per **turismo**, percentuale che chiaramente è alta soprattutto nelle isole e in particolare per Procida.

I motivi del viaggio rispecchiano la composizione del campione e la distribuzione per età e profilo professionale delle diverse aree campionate.

## 7.5 I VIAGGIATORI: FREQUENZA VIAGGIO

### FREQUENZA: TOTALE GOMMA

Giorni alla settimana	
1	8%
2	18%
3	10%
4	11%
5	13%
6	4%
7	13%
E' la prima volta/Più raramente	<b>21%</b>

### FREQUENZA UTILIZZO: PER TIPOLOGIA SERVIZIO

AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
<b>14%</b>	<b>13%</b>	0%	23%	3%	4%
<b>13%</b>	<b>20%</b>	<b>13%</b>	<b>30%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
<b>19%</b>	<b>13%</b>	<b>13%</b>	7%	<b>12%</b>	5%
<b>15%</b>	<b>10%</b>	7%	0%	<b>21%</b>	10%
<b>19%</b>	<b>13%</b>	10%	<b>10%</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>
9%	4%	3%	0%	8%	1%
5%	7%	7%	10%	<b>18%</b>	<b>21%</b>
7%	<b>20%</b>	<b>47%</b>	<b>20%</b>	8%	<b>30%</b>

Il **79%** del totale degli intervistati dichiara utilizza gli autobus EAV almeno una volta alla settimana. Analizzando i dati delle diverse aree, emergono alcune differenze. I diversi dati sulla frequentazione confermano i profili dei viaggiatori di ciascuna area, Procida, per esempio, è l'area con la percentuale più alta di viaggiatori occasionali coerentemente con la % di soggetti che si spostano per turismo e di coloro che utilizzano mezzi propri per spostarsi. In generale, viste le frequentazioni, si è di fronte ad un target di pendolari o comunque di soggetti che utilizzano spesso (almeno una volta alla settimana) gli autobus EAV.

## 7.6 I VIAGGIATORI: MEZZI UTILIZZATI

### TOTALE GOMMA

Per completare il viaggio utilizza o utilizzerà altri mezzi?

SI	35%
<b>NO</b>	<b>65%</b>

### MEZZI UTILIZZATI

Quali mezzi di trasporto utilizza maggiormente?

<b>Autobus</b>	<b>65%</b>
<b>Mezzo privato</b>	<b>27%</b>
Treno/Metro/Funicolare	8%

Il **65%** del totale viaggiatori dichiara che non prenderà altri mezzi per raggiungere la sua destinazione, questo dato varia in maniera significativa le aree di Napoli e Sorrento, dove la % è più equi-distribuita.

Autobus e auto propria sono i mezzi più utilizzati dal campione, la % di utilizzo di altri mezzi pubblici sale per le aree metropolitane e in relazione all'utilizzo di più mezzi per raggiungere la propria destinazione.

## 8. FATTORI DI QUALITA' A BORDO AUTOBUS

1 totalmente insoddisfatti insufficiente negativo	2 poco soddisfatti mediocre migliorabile	3 parzialmente soddisfatti sufficiente positivo	4 soddisfatti buono positivo	5 molto soddisfatti eccellente molto positivo
--	---	--	---------------------------------------	--



TOTALE BUS – Base 689 casi		
	VOTO MEDIO	delta vs 2014
SECURITY	3,7	0,5
AFFOLLAMENTO	3,7	1,9
COMFORT	3,7	1,5
PULIZIA	3,7	1,6
INFORMAZIONI	3,8	1,6
<b>VOTO MEDIO</b>	<b>3,7</b>	<b>1,3</b>

Il Voto medio espresso dai viaggiatori relativamente ai servizi a bordo treno è pari a 3.7, un voto **positivo** e **sufficiente**. Rispetto ai dati relativi alla rilevazione svolta nel 2014, si riscontra un **significativo miglioramento** nei giudizi per tutti i fattori, con un delta sul voto medio complessivo pari a 1,3.

Le isole sono quelle in cui la QP è più alta, con un voto buono e pari o superiore al 4 per tutti i fattori del viaggio a bordo autobus. Le linee dell'area **Sorrento** e **Napoli** sono quelle con il giudizio più basso, sebbene comunque positivo e migliorato rispetto alla indagine 2014. Nel 2015 la rilevazione non è stata effettuata.

	AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
SECURITY	3,3	3,5	4,0	3,9	3,7	4,0
AFFOLLAMENTO	3,2	3,4	4,0	3,7	3,6	4,0
COMFORT	3,2	3,5	4,1	3,6	3,6	4,0
PULIZIA	3,5	3,5	3,9	3,7	3,7	4,0
INFORMAZIONI	3,4	3,7	4,1	3,8	3,7	4,1
<b>VOTO MEDIO</b>	<b>3,3</b>	<b>3,5</b>	<b>4,0</b>	<b>3,7</b>	<b>3,7</b>	<b>4,0</b>
	Base 111 casi	Base 180 casi	Base 30 casi	Base 30 casi	Base 76 casi	Base 262 casi

## 8.1 FATTORI DI QUALITA' GENERALI

1 totalmente insoddisfatti insufficiente negativo	2 poco soddisfatti mediocre migliorabile	3 parzialmente soddisfatti sufficiente positivo	4 soddisfatti buono positivo	5 molto soddisfatti eccellente molto positivo
--	---	--	---------------------------------------	--



### TOTALE GOMMA – Base 689 casi

	VOTO MEDIO	2014
PUNTUALITA'	2,21	1,7
REGOLARITA'	3,8	2,24
SICUREZZA VIAGGIO	3,7	2,95
REPERIBILITA' INFORMAZIONI	3,7	2,44
COMPORAMENTO PERSONALE	3,9	3,25
ACCESSIBILITA'	3,6	2,69
SERVIZI PMR	2,8	1,73
INTEGRAZIONE MODALE	3,1	2,27
PROBLEMI AMBIENTALI	3,2	1,98
<b>VOTO MEDIO</b>	<b>3,5</b>	<b>2,39</b>

Anche per i fattori di qualità generali si conferma un voto medio **pianamente sufficiente** e le **Isole** sono quelle in cui la QP è più elevata rispetto alle altre aree. Va evidenziato come risultino ancora insufficienti i fattori più legati agli ambiti della **sostenibilità** e della **responsabilità sociale** ed **ambientale**. Per l'area di Castellammare i servizi offerti ai **passaggeri diversamente abili** e l'attenzione all'**ambiente** hanno un giudizio **negativo**, mentre questi fattori si attestano sulla mediocrità per le linee della provincia di Napoli, Ischia e Bacoli.

Il grado soddisfacente dei fattori considerati fondamentali, puntualità, regolarità, sicurezza, implica evidentemente un innalzamento delle aspettative in termini di qualità da parte dei viaggiatori, che quindi spostano la loro attenzione su quei fattori (servizi PMR, sostenibilità ambientale), che, come vedremo, pur non essendo considerati prioritari, incidono comunque sulla valutazione complessiva dei servizi.

	AREA SORRENTO	AREA NAPOLI E PROVINCIA	AREA PROCIDA	AREA CASTELLAMMARE	AREA BACOLI	AREA ISCHIA
PUNTUALITA'	3,4	3,6	3,9	3,9	3,7	4,3
REGOLARITA'	3,4	3,5	3,9	3,8	3,6	4,3
SICUREZZA VIAGGIO	3,5	3,4	3,7	3,6	3,4	4,1
REPERIBILITA' INFORMAZIONI	3,3	3,5	3,9	3,5	3,5	4,2
COMPORAMENTO PERSONALE	3,5	3,8	4,1	3,4	3,6	4,3
ACCESSIBILITA'	3,3	3,3	3,8	3,5	3,5	3,9
SERVIZI PMR	3,0	2,8	3,7	1,9	2,9	2,6
INTEGRAZIONE MODALE	3,3	3,2	3,6	2,8	2,9	3,0
PROBLEMI AMBIENTALI	3,3	2,9	3,8	1,9	3,1	3,6
<b>VOTO MEDIO</b>	<b>3,3</b>	<b>3,3</b>	<b>3,8</b>	<b>3,1</b>	<b>3,4</b>	<b>3,8</b>

## 8.2 LIVELLO IMPORTANZA FATTORI DI QUALITA' GENERALI

### TOTALE GOMMA – Base 689 casi



I fattori considerati più importanti dal campione totale sono la **Puntualità** e la **Regolarità** del servizio che sono stati indicati rispettivamente dal 56% e dal 45% del campione.

**Puntualità** e **Regolarità** sono variabili molto rilevanti il cui livello di soddisfazione incide sulla percezione generale della qualità.

Va evidenziato come per la gomma questi fattori siano quelli con il voto medio complessivo più alto (3,9 puntualità e 3,8 regolarità) e per i quali si sono riscontrati i delta più elevati di miglioramento rispetto al 2014.

Il miglioramento di questi fattori o comunque il mantenimento dei livelli di soddisfazione raggiunti assumono quindi un'importanza strategica.



Per quanto riguarda il giudizio complessivo si conferma **la buona soddisfazione** della clientela per le **Isole**, e più in generale si rileva una soddisfazione sufficiente per tutte le aree.

## 11. CONCLUSIONI: I SERVIZI SU FERRO

FERRO



Il livello di soddisfazione dei servizi su Ferro è migliorato rispetto alla rilevazione dell'anno precedente, ma comunque ancora insufficiente.

Linee Vesuviane e Linee Flegree sono le linee con il minor livello di soddisfazione; per la seconda, in particolare, si evidenziano gravi carenze su fattori di importanza primaria quali **puntualità** e **regolarità** del servizio, che hanno valori negativi (inferiori al 2).

A fronte di tali criticità e di uno scenario di disagio e malfunzionamento dei servizi, vi sono ampie aree di miglioramento sulle quali intervenire, soprattutto in considerazione di un target di utenti formato in prevalenza da pendolari, e quindi da soggetti che quotidianamente fruiscono dei servizi e per i quali i trasporti pubblici rappresentano il principale mezzo utilizzato.

Sempre in relazione ai servizi su ferro, è interessante il dato sulla soddisfazione dei servizi/infrastrutture per i **passenger a ridotta mobilità** dell'area dei trasporti sulle Linee Suburbane, che incidono negativamente sulla qualità percepita anche di passeggeri che non hanno disabilità.

La linea Metropolitana è invece quella con il giudizio medio più alto, l'unica che raggiunge la sufficienza per tutti i fattori oggetto di voto.

Il livello di soddisfazione generale dei servizi su gomma è positivo e sufficiente per tutte le linee oggetto della rilevazione.

**Particolarmente positivo il giudizio dei viaggiatori delle isole** (Ischia e Procida); rispetto alle altre linee il profilo dei passeggeri intervistati sulle isole si differenzia, da un lato, per una bassa % di viaggiatori frequenti e, dall'altro, per l'alta percentuale di soggetti che utilizzano prevalentemente mezzi propri per gli spostamenti. La contenuta % di pendolari, a fronte di una maggiore quantità di soggetti per i quali gli autobus non rappresentano un mezzo di trasporto prioritario per lo svolgimento delle attività quotidiane, incide evidentemente sulla positività dei giudizi. Considerando le caratteristiche demografiche ed economiche di queste località, basate sul turismo, potrebbe essere interessante verificare e comparare i dati della QP nelle stagioni turistiche e analizzando dati basati su campioni più numerosi.

**Puntualità e regolarità** sono anche per le linee su gomma i fattori con il livello di importanza più alto; tuttavia anche il comportamento del personale risulta rilevante.

Il buon livello di soddisfazione raggiunto per i fattori considerati essenziali (puntualità, pulizia, sicurezza, ecc.), sposta l'attenzione dei passeggeri verso i fattori legati alla responsabilità sociale e ambientale. Servizi per i disabili ed attenzione all'ambiente sono infatti i fattori con il voto medio più basso; ciò è indice di una clientela che alza il livello delle proprie aspettative.

## 11. CONCLUSIONI



Ferro e Gomma si configurano come servizi molto diversi tra loro, sia per il profilo dei viaggiatori che per i livelli di soddisfazione generale.

Nonostante la diversità del profilo dei passeggeri e dei giudizi, puntualità e regolarità sono per entrambi i campioni i fattori più importanti; del resto si tratta di fattori fondamentali per qualsiasi tipologia di servizio di TP.

Un dato comune ad entrambi i servizi è quello relativo alla fruizione dei canali di contatto di EAV. La % di passeggeri (sia ferro che gomma) che utilizza numero verde o servizio reclami è estremamente esigua; ciò potrebbe essere un segnale di allarme di un basso livello di comunicazione con la clientela .

Dato il livello insoddisfacente dei giudizi, soprattutto per il ferro, ampliare e potenziare i canali di comunicazione con i clienti potrebbe essere importante a livello strategico per aprire un dialogo, informare e fidelizzare i viaggiatori.