

## CUSTOMER SATISFACTION ANNO 2025 (CARTA SERVIZI)

### CUSTOMER SERVIZI TPL

ATAP nei mesi di febbraio/marzo 2026 ha provveduto ad effettuare un'indagine per monitorare il grado di soddisfazione degli utenti dei servizi di trasporto pubblico urbano ed extraurbano erogati dall'azienda. I questionari sono stati proposti su tutte le linee di ATAP oggetto di affidamento diretto e sulle linee del bacino di Torino; solo per queste ultime, in coerenza con le campagne precedenti, si è mantenuta la differente metodologia definita dal consorzio Extra.To.

Il sondaggio è stato effettuato su di un campione di 500 utenti così ripartito:

- BIELLA 230 schede
- VERCELLI 235 schede
- TORINO 35 schede

Dal sondaggio è risultato che gli utilizzatori delle linee sono:

- Principalmente di età compresa tra i 10-18 anni con una percentuale del 48%, tra i 41-60 anni 13%, tra i 19-26 anni 15%, tra i 27-40 anni 10%, >60 anni 14%.
- Femmine 57%, Maschi 43%.
- Studenti 54%, Pensionati 11%, Operai 10%, Impiegati 11%, Non occupati 4%, Casalinghe 6%, Liberi professionisti 3%, Imprenditori 1%.
- Utilizzatori in modo regolare 81%, Utilizzatori in modo occasionale 19%.
- Utilizzatori nelle ore di punta 77% tra coloro che ne usufruiscono in modo regolare.

Nel campione osservato, il principale motivo per il quale l'utente dichiara di viaggiare è lo studio con una percentuale pari al 50%. Segue il lavoro con il 20%, turismo/tempo libero 11% e altro 18%.

In alternativa all'autobus l'utente utilizza principalmente l'automobile con il 51%, altro con una percentuale pari al 19%, moto 5%, treno 12% e bicicletta 7%. (il 5% non risponde)

La comodità al 41% è il principale motivo per cui gli utenti dichiarano di utilizzare il mezzo pubblico; seguono mancanza di alternative al 38%, costo al 10%, traffico e parcheggi al 2% e altro al 7%.

Nel corso dell'indagine è stato chiesto agli utenti delle linee ATAP se erano a conoscenza della procedura per l'inoltro dei reclami, delle iniziative ATAP per la tutela dell'ambiente e dei canali informativi ed il loro utilizzo, ottenendo le seguenti risposte:

- Reclami al cliente – Gli utenti intervistati con una percentuale del 64% hanno dichiarato di non conoscere la procedura per l'inoltro dei reclami; solo il 36 % ne è a conoscenza.
- Attenzione all'ambiente – Per quanto riguarda l'attenzione all'ambiente il 32% degli intervistati dichiara di conoscere le iniziative e l'impegno di ATAP nel rispetto dell'ambiente.
- Informazione – Dalle interviste effettuate si rileva che la clientela usufruisce alternativamente del sito internet, del numero verde gratuito e degli orari alle fermate, tutti con una percentuale tra il 25 e il 31% ciascuna, mentre la consultazione dei quadri orari sul sito internet o presso le rivendite interessa il 18% degli intervistati.

Il grado di soddisfazione per ogni singolo fattore di qualità suddiviso per bacino di utenza è risultato:

Tabella riassuntiva Servizi anno 2025 ATAP (vs. Campagna 2024)					dato Atap		dato Atap		dato Atap	
		AZIENDALE (500)			BIELLA (230)		VERCELLI (235)		TORINO (35)	
	Caratteristica	Atteso	Erogato	% Soddisf.	Erogato	% Soddisf.	Erogato	% Soddisf.	Erogato	% Soddisf.
1	<b>Offerta di servizio (aspetti di competenza dell'Ente)</b>	7,0	7,1	84,7%	7,2	83,2%	7,1	85,7%	6,7	87,1%
1a	Frequenza corse e diffusione fermate	7,0	7,3	85,5%	7,3	83,8%	7,3	85,3%	7,3	97,1%
1b	Integrazione fra i nostri servizi e altre modalità di trasporto (treno, parcheggi auto, navi, aerei, ecc).	7,0	7,0	83,9%	7,1	82,7%	7,0	86,1%	6,1	77,1%
2	<b>Sicurezza del viaggio</b>	7,0	7,4	85,6%	7,4	82,4%	7,3	86,8%	8,0	98,6%
2a	Rischi di subire incidenti (abilità autista)	7,0	7,6	86,3%	7,5	83,5%	7,5	86,9%	8,5	100,0%
2b	Rischio di subire furti/aggressioni/molestie	7,0	7,2	85,0%	7,3	81,4%	7,2	86,6%	7,5	97,1%
3	<b>Aspetti relazionali e comportamentali del personale</b>	7,0	7,7	90,0%	7,9	91,3%	7,3	87,2%	8,4	100,0%
4	<b>Puntualità dei mezzi</b>	7,0	7,1	83,3%	7,3	84,5%	6,9	80,0%	7,5	97,1%
5	<b>Pulizia di mezzi</b>	7,0	7,4	87,8%	7,7	88,3%	7,2	85,5%	7,5	100,0%
6	<b>Confort del viaggio</b>	7,0	7,6	91,3%	7,8	92,0%	7,4	89,8%	7,9	97,1%
7	<b>Reclami Cliente</b>	7,0	7,8	90,1%	8,0	86,8%	7,7	89,5%	7,5	100,0%
8	<b>Informazioni alla clientela</b>	7,0	7,3	88,4%	7,2	85,3%	7,3	89,9%	7,4	97,1%
8a	Numero verde gratuito	7,0	7,5	91,0%	7,5	88,9%	7,5	93,0%		
8b	Sito internet	7,0	7,5	91,8%	7,5	90,5%	7,4	93,0%		
8c	Orari alle fermate	7,0	7,0	85,3%	7,0	82,0%	7,1	88,5%		
8d	Volantini	7,0	7,0	82,4%	6,8	79,7%	7,2	85,0%		
9	<b>Servizio sportello, cortesia e professionalità del personale</b>	7,0	7,9	94,7%	8,1	95,0%	7,7	93,7%	7,8	98,6%
9a	Presso i nostri uffici	7,0	8,2	95,8%	8,2	96,5%	8,2	95,2%	8,4	100,0%
9b	Presso le rivendite	7,0	7,7	92,8%	7,9	93,5%	7,5	92,2%		
9c	Reperibilità biglietti	7,0	7,7	94,1%	8,0	95,2%	7,4	92,1%	7,3	89,3%
10	<b>Attenzione all'ambiente</b>	7,0	7,9	95,1%	8,1	94,8%	7,6	92,9%	8,2	100,0%
11	<b>Servizi per diversamente abili</b>	7,0	7,4	87,4%	7,3	83,7%	7,4	89,1%	8,6	100,0%
	<b>MEDIA GENERALE</b>	7,00	7,5	88,9%	7,6	87,9%	7,3	88,2%	7,77	97,8%

I commenti ai risultati di customer sopra riportati sono stati oggetto delle seguenti considerazioni che sono state trasmesse al Ministero (nota pro. 22 DG/sb del 30/03/26) relativamente agli standards raggiunti/promessi della Carta servizi:

“... In riferimento agli standards di qualità relativi alla percezione del livello del servizio da parte dell'utenza, rilevata attraverso indagini a campione, si fa presente che:

- il mantenimento di una percentuale di soddisfazione  $\geq 90\%$  viene considerato quale risultato di eccellenza; per tale motivo, per quei parametri per i quali la percentuale di soddisfazione rilevata risulti soddisfare tale condizione, la promessa aziendale relativa allo standard per l'anno successivo viene espressa in termini di mantenimento di un livello di soddisfazione  $\geq 90\%$ ;
- ove i risultati dell'indagine forniscano valori che si discostano dalla promessa espressa per non più di tre punti percentuali, si è comunque considerato conseguito il rispetto della promessa medesima.

I risultati delle indagini di soddisfazione dell'utenza relative ai servizi erogati nel corso dell'anno 2024, evidenziano:

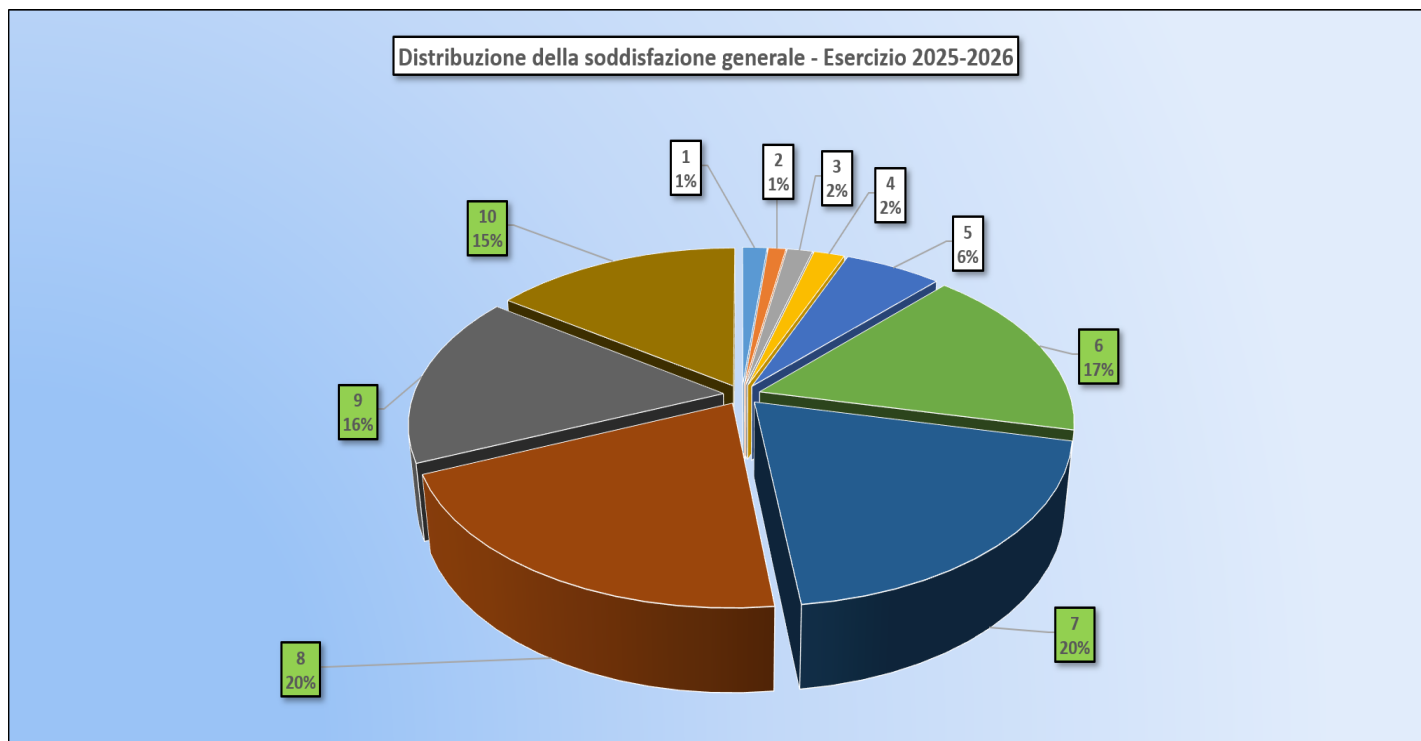
- valori coerenti con gli standard promessi e corrispondenti a livelli più che soddisfacenti, se non di eccellenza, per i parametri: Regolarità del Servizio e Puntualità (83,3% di utenti soddisfatti), Pulizia dei mezzi e delle strutture (87,8% di utenti soddisfatti), Confortevolezza del viaggio (91,3% di utenti soddisfatti), Servizi aggiuntivi per persone con disabilità (87,4% di utenti soddisfatti), Informazione alla clientela (88,4% di utenti soddisfatti), Aspetti relazionali e comportamentali (90% di utenti soddisfatti), Livello del servizio di sportello (94,7% di utenti soddisfatti), Grado di integrazione modale (83,9% di utenti soddisfatti), Attenzione all'ambiente (95% di utenti soddisfatti);
- valori inferiori rispetto agli standards promessi per quanto concerne la percezione dei seguenti aspetti:
  1. Percezione complessiva del livello di “Sicurezza del viaggio”: a fronte di uno standard promesso per l'anno 2025 del 90% si è registrato un risultato dell'86,3% di utenti soddisfatti. Pur a fronte di una percentuale di soddisfazione che permane elevata, si registra una flessione del livello di percezione della sicurezza del viaggio (intesa come percezione del rischio di incidenti) che pure non trova coerenza con il livello di incidentalità effettivamente rilevato

e con il vasto piano di rinnovo della flotta messo in atto dall'Azienda con immissione in servizio di nuovi autobus in grado di garantire più elevati standard di affidabilità e di protezione.

2. *Percezione complessiva del livello di "Sicurezza Personale e Patrimoniale": a fronte di uno standard promesso per l'anno 2025 del 90% si è registrato un risultato dell'85% di utenti soddisfatti. La pur lieve flessione del dato appare correlabile ad un generale aumento della sensazione di minor sicurezza che pervade tutti gli ambiti della società; si tratta, con tutta evidenza, di una tendenza che i limitati poteri dissuasivi e repressivi del personale aziendale e delle tecnologie di controllo (videosorveglianza) non riescono ad invertire fornendo adeguati elementi di rassicurazione.*

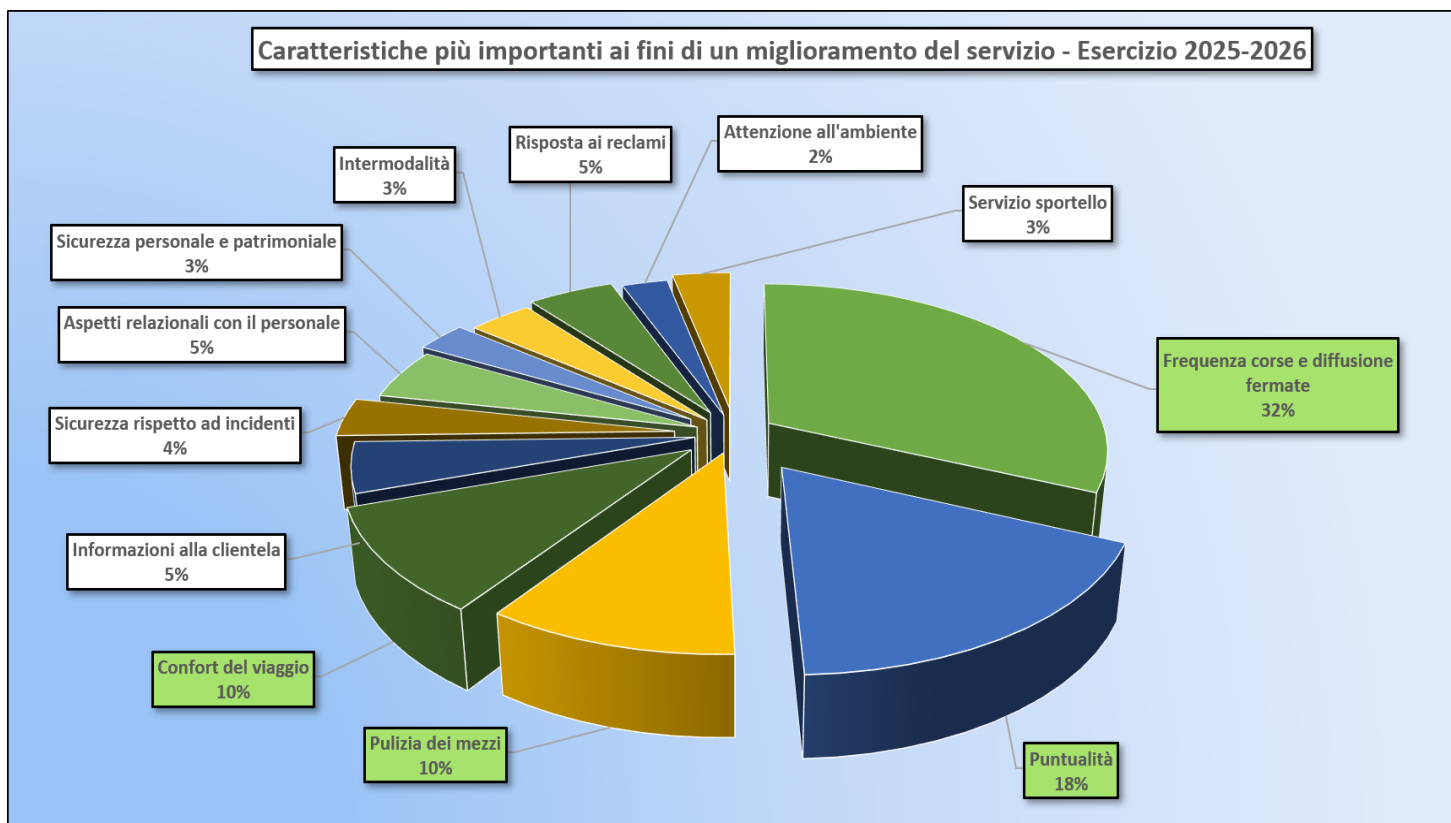
Per quanto concerne il livello di distribuzione generale di soddisfazione, questi sono i risultati ottenuti:

<b>Distribuzione della soddisfazione generale - Esercizio 2025-2026</b>	<b>%</b>	
1	1,5%	
2	1,1%	
3	1,6%	
4	1,9%	
5	5,9%	
6	16,6%	<b>88,1%</b>
7	19,5%	
8	20,4%	
9	16,3%	
10	15,1%	



Al campione intervistato è stato anche chiesto quale aspetto reputi più importante al fine di migliorare il servizio. Di seguito si riporta quanto emerso:

<b>Azioni Migliorative</b>	<b>%</b>
<b>Frequenza corse e diffusione fermate</b>	32%
<b>Puntualità</b>	18%
<b>Pulizia dei mezzi</b>	10%
<b>Confort del viaggio</b>	10%
<b>Informazioni alla clientela</b>	5%
<b>Aspetti relazionali con il personale</b>	5%
<b>Risposta ai reclami</b>	5%
<b>Sicurezza rispetto ad incidenti</b>	4%
<b>Intermodalità</b>	4%
<b>Sicurezza personale e patrimoniale</b>	3%
<b>Attenzione all'ambiente</b>	3%
<b>Servizio sportello</b>	3%



Si riportano qui di seguito alcuni commenti significativi (tralasciando i commenti relativi alla richiesta di aumentare le corse o relativi a bus affollati, in quanto la soluzione non risulta di competenza di ATAP):

- creazione di nuove fermate limitrofe alle zone di interesse dei singoli utenti
- richiesta di servizi nel festivo per la Provincia di Vercelli
- più servizi serali e nel weekend in generale
- aumentare empatia e gentilezza di alcuni autisti
- più puntualità e più pulizia sui mezzi
- aumentare la vocalizzazione delle fermate sui bus
- servizi audio per persone disabili
- gratuità dei bus urbani a Vercelli Città
- vendita a bordo sui servizi urbani a Vercelli Città
- aggiornamento orari cartacei alle fermate