



COMUNE DI BRESCIA



BRESCIA INFRASTRUTTURE

# **Metro Brescia: Indicatori di qualità del servizio erogato**

**L'opinione dei cittadini sulla  
Metropolitana di Brescia  
3<sup>a</sup> indagine – Novembre 2014**

**Tavolo tecnico di monitoraggio dei livelli di  
servizio del Metro Brescia**

# Metropolitana di Brescia

## Indice della documentazione

1. Metodologia dell'indagine
2. Principali risultati dell'indagine
  1. Gli utenti
  2. La soddisfazione dell'utenza
3. Le indagini di customer a confronto
  1. Le differenze nelle caratteristiche dell'utenza
  2. Evoluzione della soddisfazione dell'utenza
4. Analisi delle priorità di intervento (*quadrant analysis*)

# Metropolitana di Brescia:

## Metodologia dell'indagine

- Il sistema di qualità (previsto nel Contratto di servizio) ha l'obiettivo di monitorare alcuni **indicatori di qualità del servizio erogato**
  - Una prima parte degli indicatori di qualità del servizio erogato è basata sui dati mensili di esercizio derivati dai sistemi di monitoraggio
  - Una seconda parte è basata su periodiche indagini per rilevare l'indice di soddisfazione della clientela riguardo:
    - al servizio offerto;
    - alla pulizia e condizioni igieniche di mezzi e infrastrutture;
    - alle informazioni relative ai “servizi allo sportello”.
- La prima rilevazione, finalizzata anche ad approfondire la conoscenza delle caratteristiche socio-demografiche degli utenti della MetroBrescia, è stata realizzata nel mese di novembre 2013, la seconda nel mese di maggio 2014, la terza nel mese di novembre 2014.

# Metropolitana di Brescia:

## Linee guida di Regione Lombardia

- La Regione Lombardia con il D.g.r. 19 settembre 2014 - n. X/2380 ha stabilito le «Linee guida per lo svolgimento delle indagini di rilevazione della soddisfazione dell'utenza dei servizi di trasporto pubblico».
- Le Linee guida definiscono alcuni punti fermi per la metodologia finalizzati ad ottenere risultati confrontabili :
  - Omogeneità della metodologia
  - Profilazione ex ante sulla base di dati di traffico
  - Distinzione per tipologia di passeggeri abbonati e occasionali (con biglietto).

# Metropolitana di Brescia:

## La riprogettazione dell'indagine

- L'indagine di Novembre 2014 è stata progettata seguendo, per quanto possibile, le Linee Guida e garantendo la continuità con le indagini precedenti.
- Modifiche apportate all'impianto dell'indagine
  - Rivista la sezione B del questionario modificando i fattori della qualità del servizio da rilevare.
  - Modalità di raccolta delle risposte sull'importanza:  
Per evitare che gli aspetti ritenuti più importanti siano quelli ai primi posti nell'elenco del questionario sono state predisposte 4 tipologie di questionario (per ogni tipologia le domande della sezione B sono state organizzate in modo casuale).

# Metropolitana di Brescia: Metodologia di indagine

- **Criteri differenziali.**

Le singole stazioni sono state profilate sulla base dell'utilizzo (stazione di origine o destinazione), delle fasce orarie di utilizzo e delle tipologie di utilizzatori distinguendo tra:

- mobilità sistematica;
- accesso ai servizi;
- shopping e tempo libero.

I profili delle stazioni sono stati tenuti distinti per giorni feriali (da Lunedì a Venerdì) e Sabato.

# L'indagine sul campo

## Giornate di rilevazione

La rilevazione è stata effettuata da Lunedì 17 Novembre 2014 a Sabato 22 Novembre 2014 dalle ore 7:30 alle ore 21 (venerdì e sabato fino alle 23:30) in tutte le stazioni della metropolitana, secondo un piano di rilevazione per tipo di giorno e fascia oraria inteso ad intercettare le diverse tipologie di motivo di spostamento.

## Interviste

In tutto sono state realizzate 643 interviste, di cui **utilizzabili 635 questionari, pari al 98,8%**. Dei 635 questionari utilizzabili l'85% è completo in ogni sua parte mentre il restante 15% presenta errori di compilazione o dimenticanze non rilevanti da parte dei rilevatori.

La casualità della selezione degli intervistati è stata ottenuta chiedendo agli intervistatori di rispettare alcune semplici regole di selezione dei candidati all'intervista:

- Per ciascuna stazione, al rilevatore è stato indicato il luogo o i luoghi da presidiare (ad esempio, alternando l'uscita tramite scale e l'uscita tramite ascensore, che prefigurano utenza differente).
- Per ciascun treno in arrivo, il rilevatore ha avuto cura di alternare interviste tra le persone scese per prime, successivamente a metà degli uscenti, e quindi tra gli ultimi, avendo cura di alternare maschi e femmine e persone di ogni età.

## Rifiuti

I rifiuti sono 369 su 643 interviste cioè circa uno su due ha rifiutato l'intervista, in calo rispetto alla precedente indagine dove il tasso era di 1:1.

Non risultano particolari differenze nel profilo per genere ed età degli intervistati e dei rifiuti. La disponibilità delle persone a farsi intervistare è risultata molto elevata e i rifiuti legati soprattutto a problemi di tempo (recarsi al lavoro, prendere il treno, ecc.).

# Metropolitana di Brescia: Il campione di rilevazione

- La rilevazione è campionaria. In assenza di elementi per la profilazione ex-ante degli utenti si è proceduto ad un campionamento ragionato su stazioni e fasce orarie di utilizzo per diverse tipologie di domanda di mobilità:
  - Sistemica (casa-lavoro; casa-scuola)
  - Per accesso ai servizi (sanitari, pubblici, privati, ecc.)
  - Per accesso alle aree commerciali e del tempo libero.
- Il campione progettato è di almeno 500 persone, l'80% delle quali da intervistare tra Lunedì e Venerdì e il 20% da intervistare il Sabato.
- Sono state effettuate 635 interviste di cui il 28% il sabato.
- La rilevazione è stata effettuata alle stazioni relativamente ad utenti in uscita (rilevazione dell'esperienza di viaggio).
- Si è inoltre sperimentata la rilevazione sui treni e la rilevazione all'inizio dell'esperienza di viaggio che non ha comportato problemi dal punto di vista del monitoraggio e del controllo dei rilevatori.
- Le persone già intervistate lo stesso giorno o nei giorni precedenti non sono state re-intervistate.

# Metropolitana di Brescia:

## Proposte per il futuro

- Differenziare le modalità di indagine per abbonati e utenti occasionali con riduzione dei costi e miglioramento della qualità dell'indagine:
  - Abbonati: disponendo della lista degli abbonati, con i riferimenti per il contatto diretto (mail, telefono, indirizzo) si può procedere alla somministrazione via internet o telefono;
  - Utenti occasionali (con biglietto): intervista campionaria face-to-face all'interno della metropolitana.
- Elaborare i dati dei reclami e delle segnalazioni.

# Metropolitana di Brescia

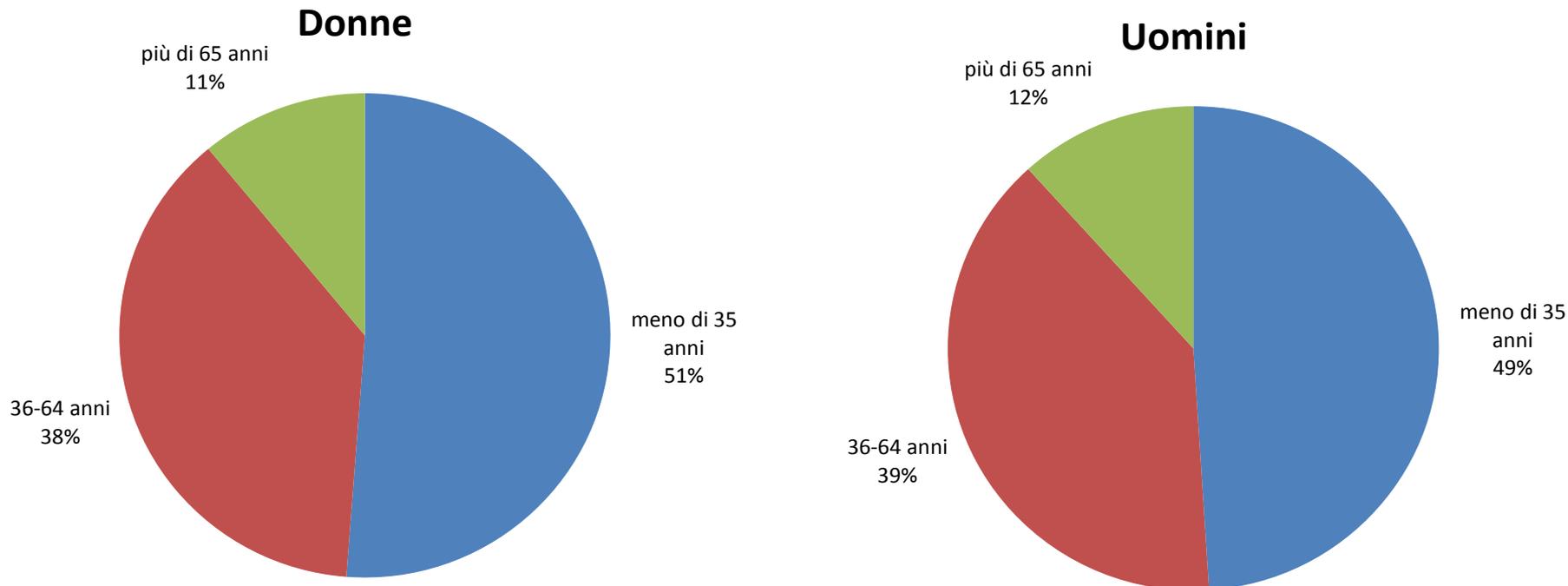
Principali risultati dell'indagine  
di Novembre 2014

**Gli utenti**

# Gli utenti della metropolitana: genere

Gli utenti intervistati sono nel 54% dei casi donne e il 46% uomini. In tutte le fasce d'età, giovani, adulta e anziana, sono prevalenti le donne. Le fasce di età più rappresentate sono quelle giovani e adulte, mentre gli utenti anziani sono una quota marginale.

## Intervistati per genere e fascia di età

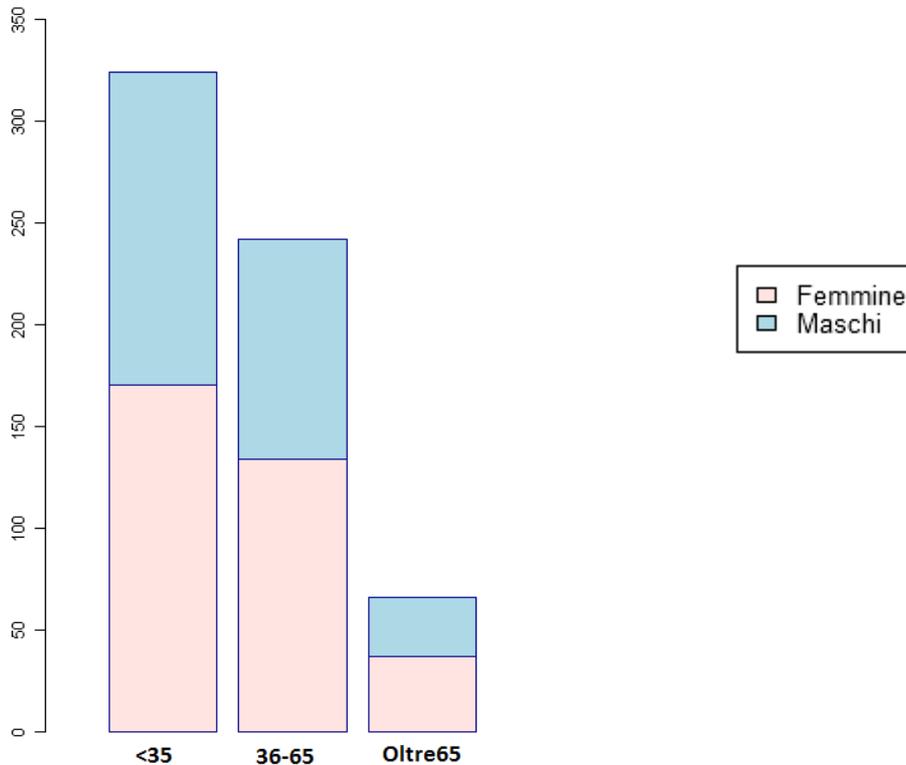


# Gli utenti della metropolitana: genere ed età

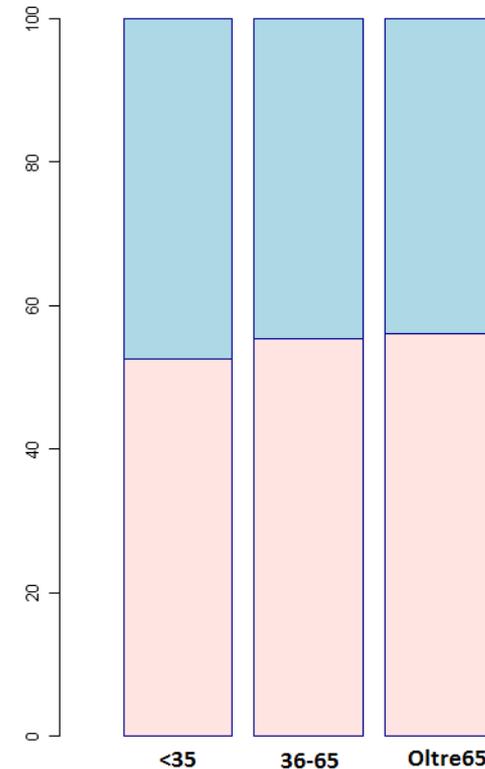
Nella fascia di età adulta (36-65 anni) e anziana (oltre 65 anni) sono prevalenti le donne. Le fasce di età più rappresentate sono quelle giovani e adulte, mentre gli utenti anziani sono una quota marginale.

## Intervistati per genere e fascia di età

valori assoluti



valori percentuali



# Gli utenti della metropolitana: titolo di studio e professione

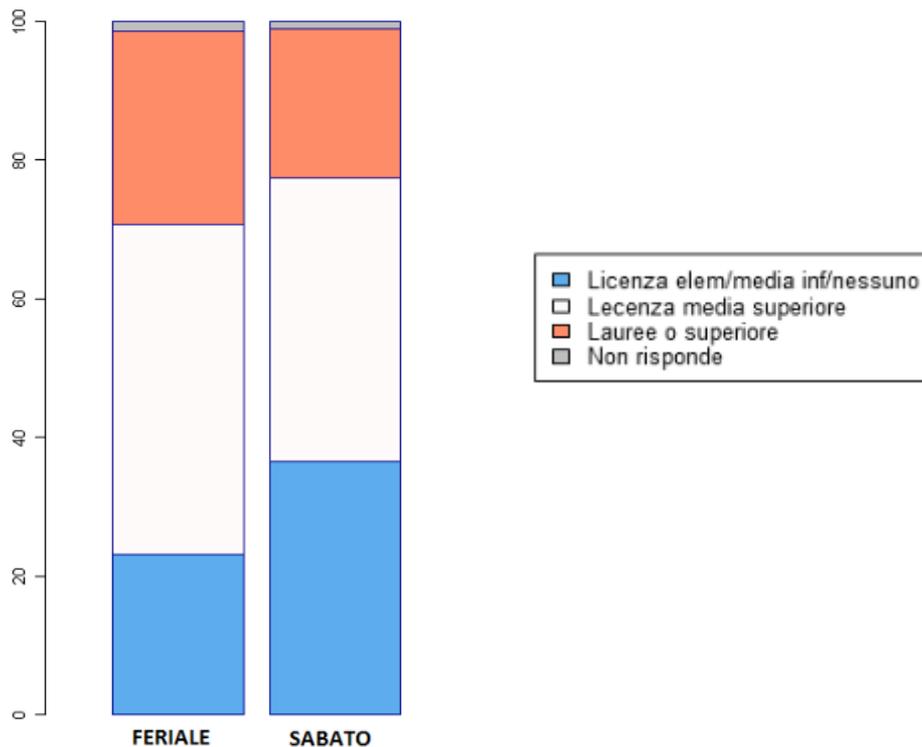
Gli utenti con titolo di studio inferiore o uguale alla licenza di media superiore sono il 73%.

Gli utenti con titolo basso (Licenza elementare/media inferiore/nessun titolo ) è del 36,5% il sabato, contro il 23,2% dei giorni feriali.

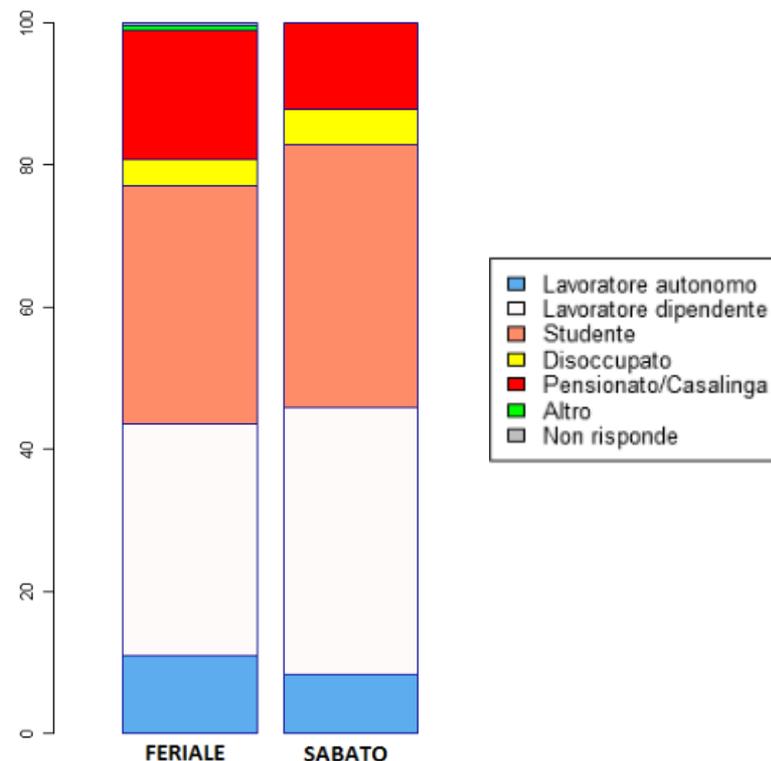
Il 35% degli utenti intervistati sono lavoratori dipendenti (sia il sabato che nei giorni feriali).

Gli studenti sono il 34,5% e pensionati/casalinghe il 16,5%. I lavoratori autonomi sono invece solo l'10,1% e i disoccupati (4,1%).

**Intervistati per giorno della settimana dell'intervista  
e titolo di studio - %**



**e professione - %**

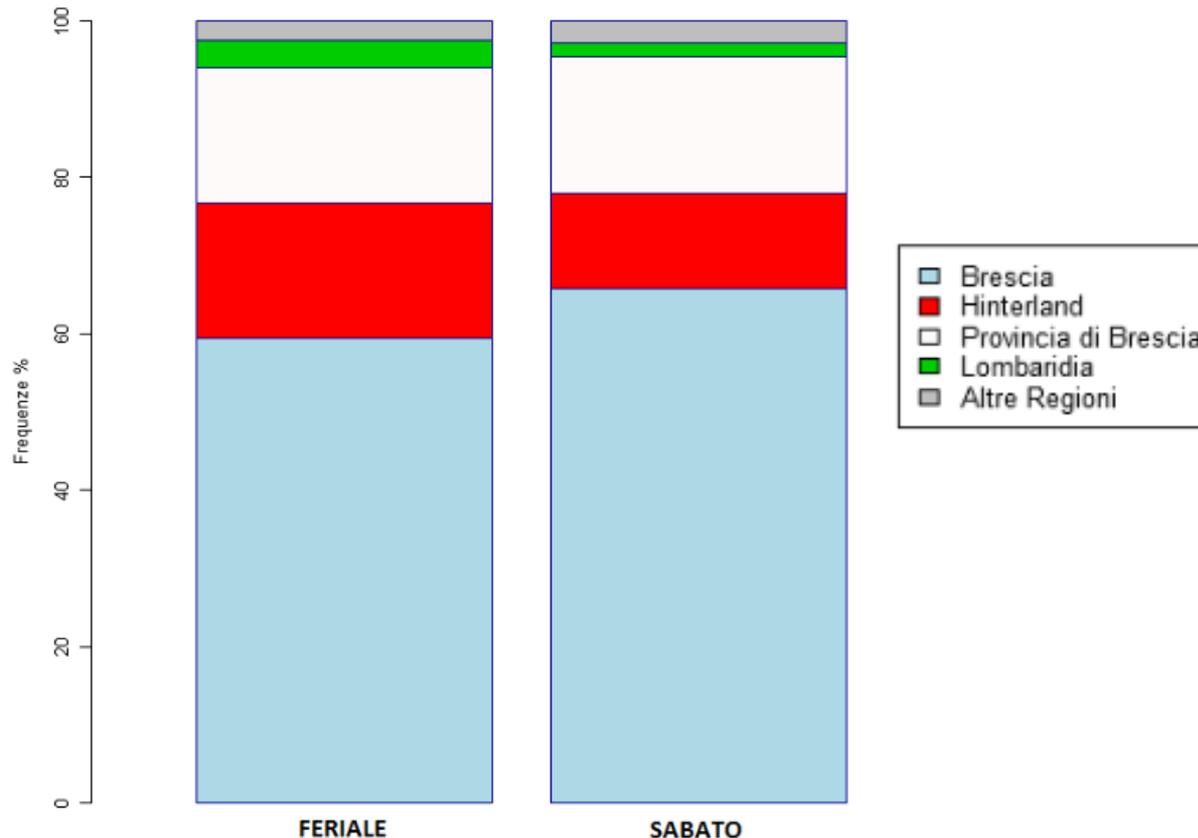


# Gli utenti della metropolitana: luogo di domicilio

Il 61,2% degli intervistati è residente a Brescia, il 15,8% nei comuni dell'Hinterland ed il 17% nel resto della Provincia. Il 5,7% non risiede in Provincia di Brescia.

Il sabato aumenta la quota di domiciliati in città, mentre diminuisce quella dei domiciliati nei comuni dell'Hinterland.

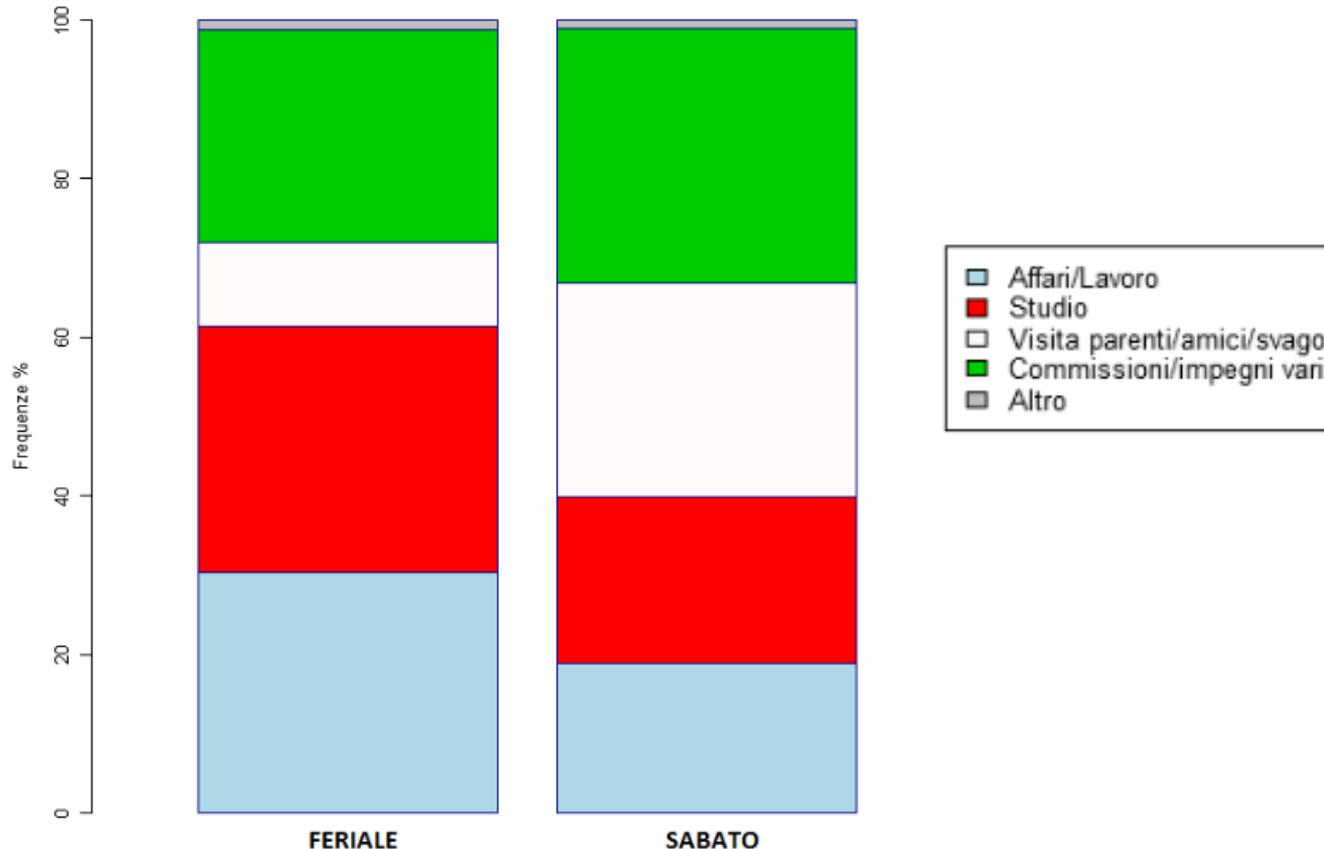
**Intervistati per zona di domicilio e giorno della settimana del viaggio - %**



# Gli utenti della metropolitana: il motivo dello spostamento

Nei giorni feriali predomina l'utilizzo della Metropolitana per motivi di studio (31,1%) e di lavoro (30,2%), mentre il sabato l'impatto di queste due motivazioni complessivamente è del 40%. L'utilizzo per motivo visita parenti/amici/svago e commissioni/impegni vari aumenta sensibilmente il sabato da un 37% (giorni feriali) a un 59% (sabato).

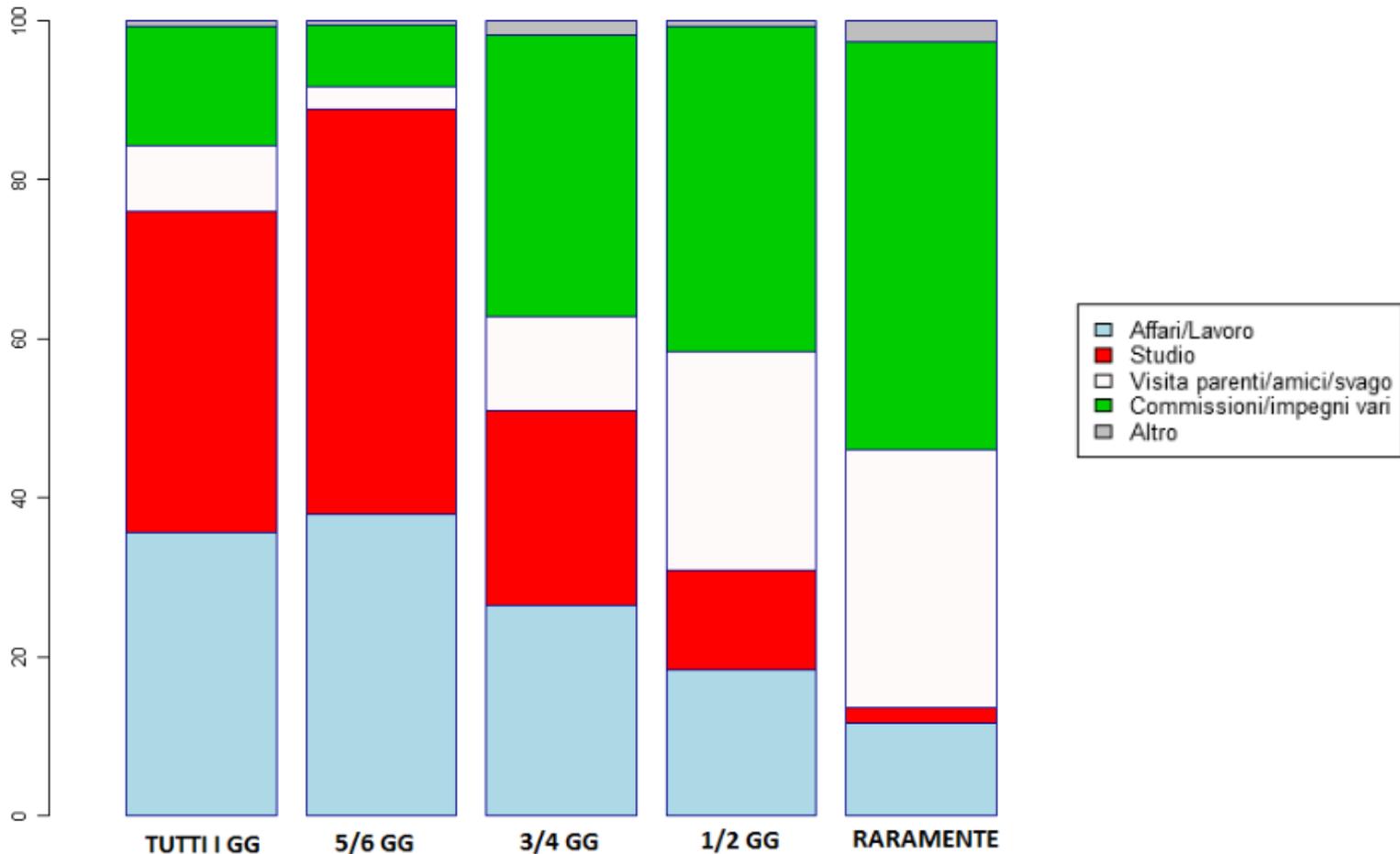
**Intervistati per motivo dello spostamento e giorno della settimana del viaggio - %**



# Gli utenti della metropolitana: frequenza di utilizzo

Lavoratori e studenti usano la metro spesso (tutti i giorni o 5-6 giorni la settimana), mentre chi usa la Metropolitana per altri motivi la usa più raramente.

**Intervistati per frequenza dell'uso della metro e professione**

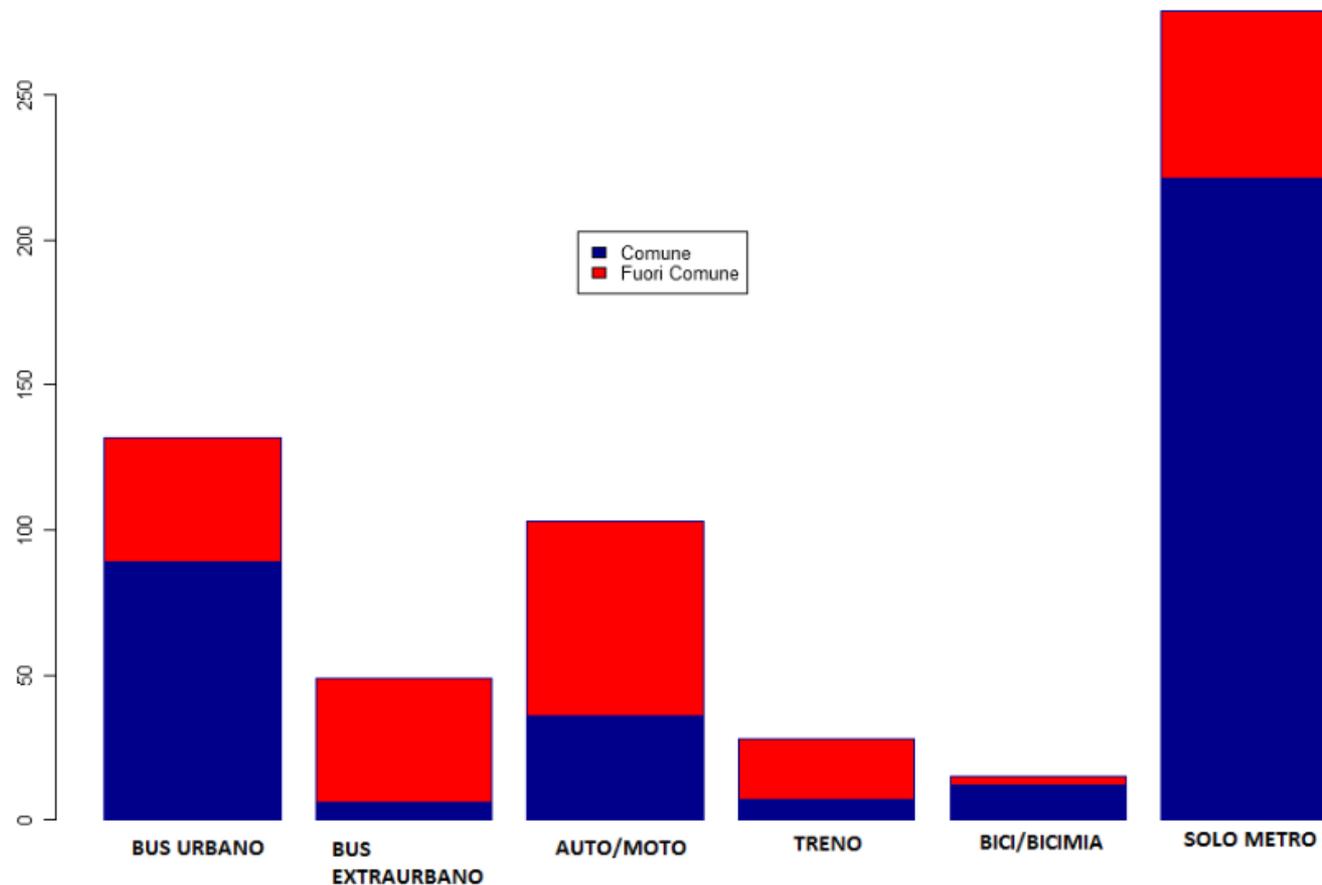


# Gli utenti della metropolitana: mezzo di trasporto per accedere alla Metro

Il 46,3% degli intervistati hanno utilizzato solo la Metro per il loro viaggio, il 22,3% il bus urbano, il 16,5% l'auto o la moto e l'8% bus extraurbano.

La bicicletta è utilizzata solo dal 2,3% degli utenti.

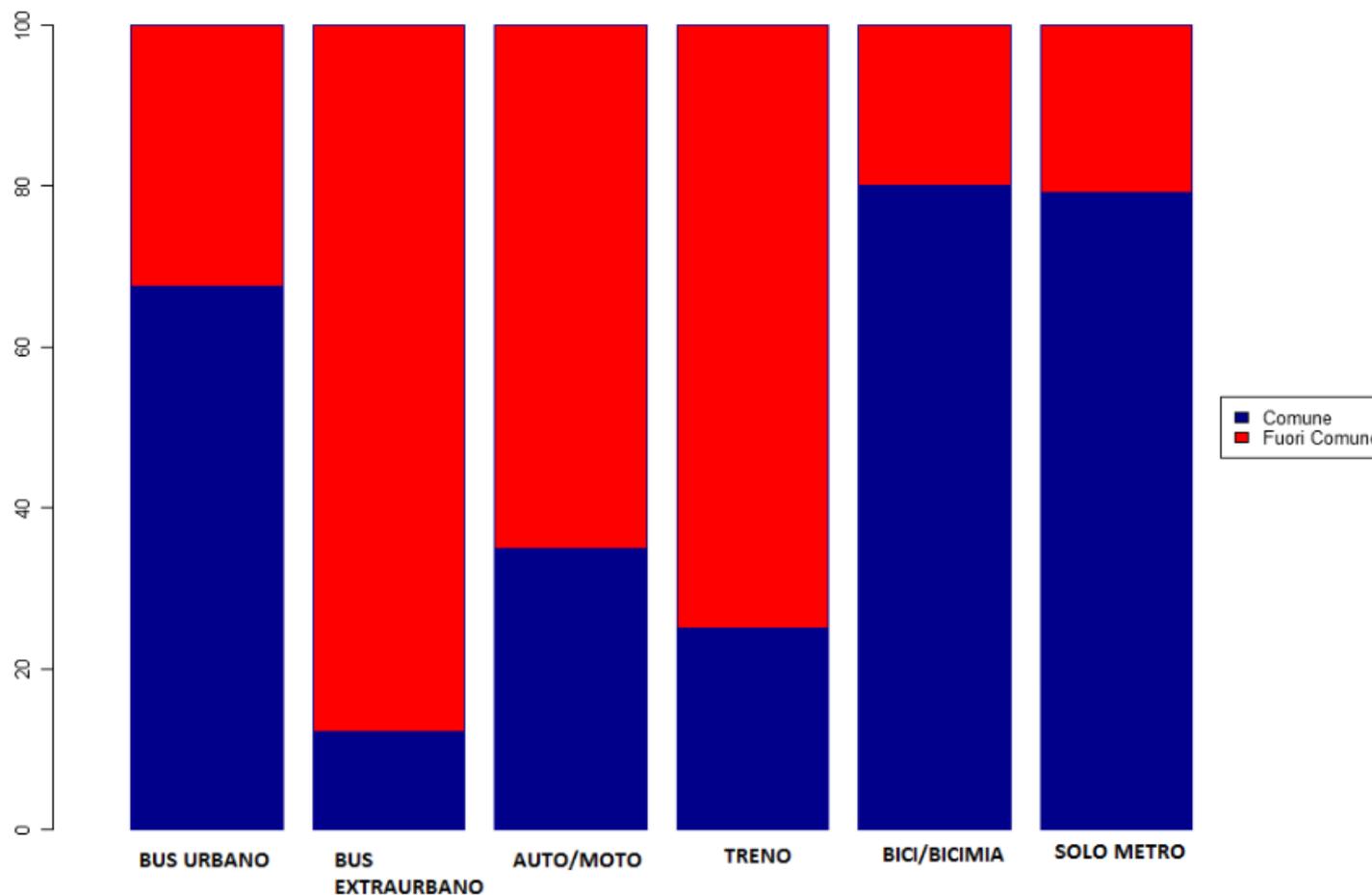
## Mezzo di trasporto utilizzato oltre alla Metropolitana - Valori assoluti



# Gli utenti della metropolitana: mezzo di trasporto per accedere alla Metro

Per i domiciliati fuori Brescia la quota di utilizzatori di Bus extraurbani e treno, naturalmente, aumentano, così come gli utilizzatori di auto e moto.

**Mezzo di trasporto utilizzato oltre alla Metropolitana per luogo di residenza**



# Metropolitana di Brescia

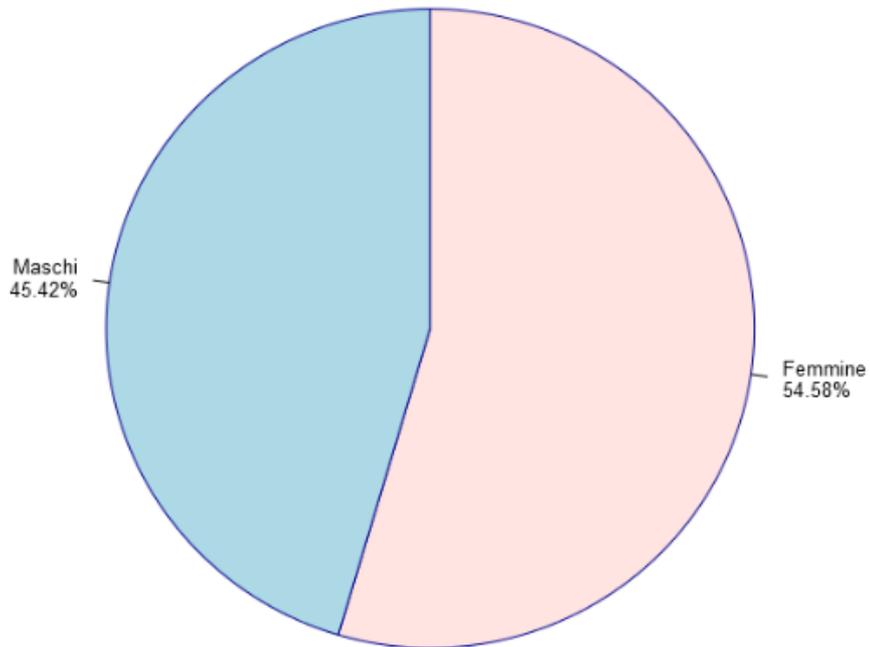
Principali risultati dell'indagine  
di Novembre 2014

**Gli utenti:  
Abbonamento e Biglietto**

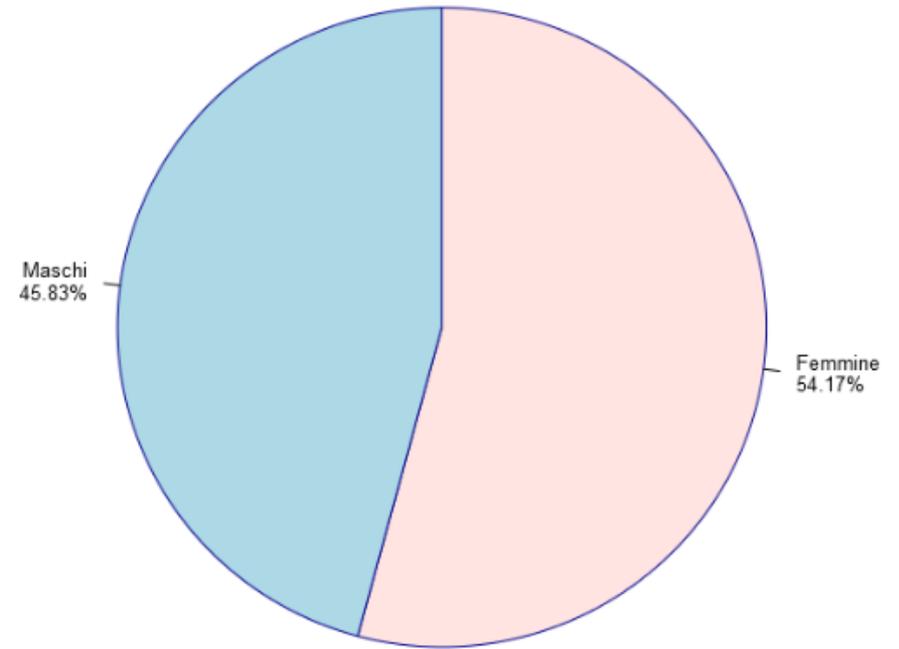
# Abbonamento e Biglietto: genere

Abbonati e Biglietti sono al 54% donne e al 46% uomini.

ABBONAMENTO



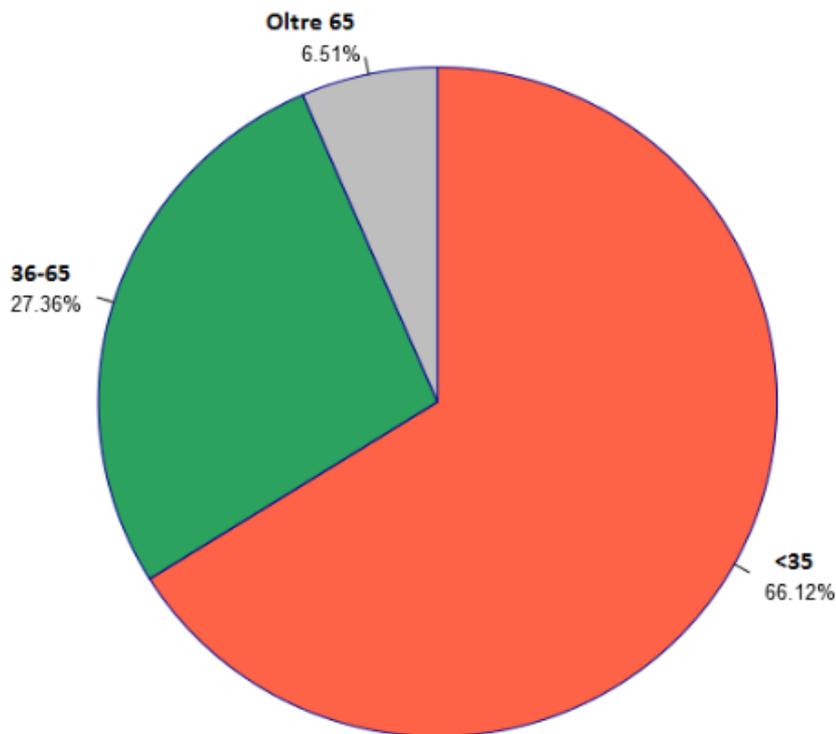
BIGLIETTO



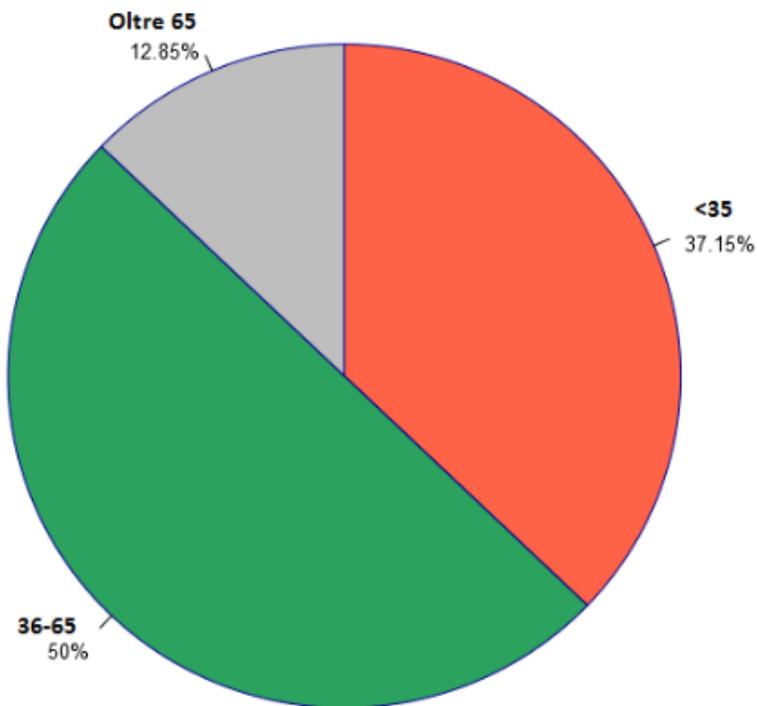
# Abbonamento e Biglietto: fasce d'età

Gli abbonati hanno una percentuale maggiore per gli utenti con età inferiore ai 35 anni (66%) che si discosta molto da quella dei Biglietti (37%), che invece vengono maggiormente rappresentati dalla fascia tra i 36 e 65 anni (50%).

ABBONAMENTO



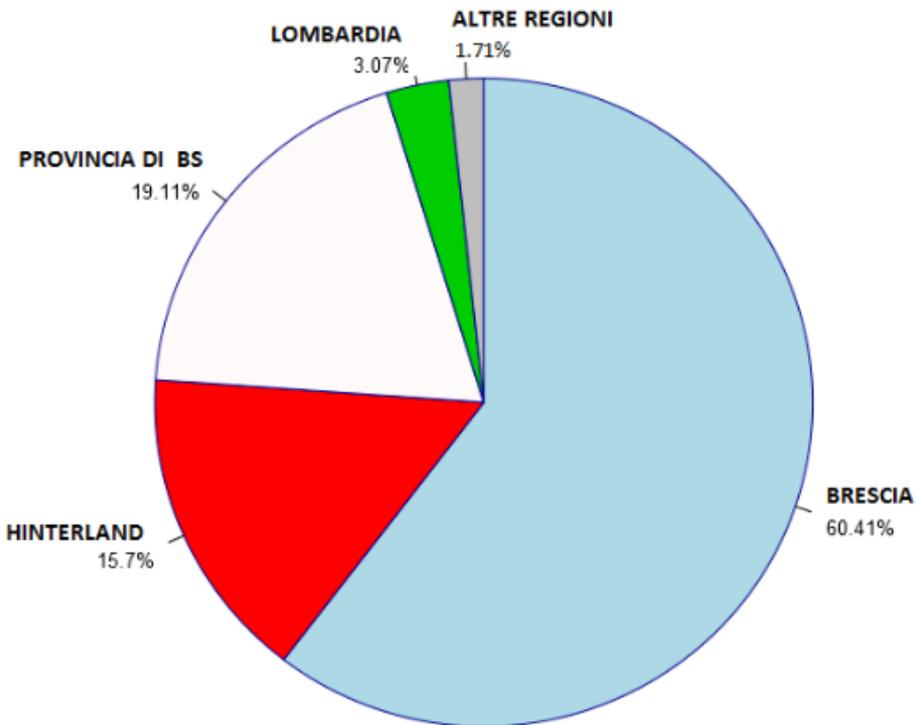
BIGLIETTO



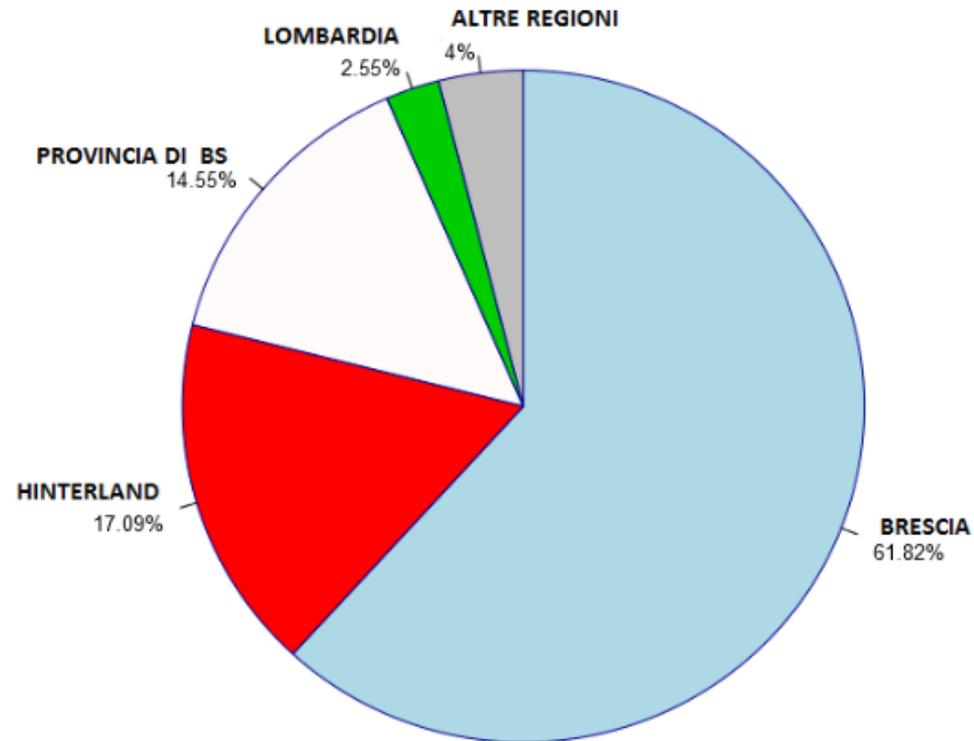
# Abbonamento e Biglietto: domicilio

Abbonati e Biglietti sono al 60% domiciliati nel Comune di Brescia e il 40% fuori.

ABBONAMENTO



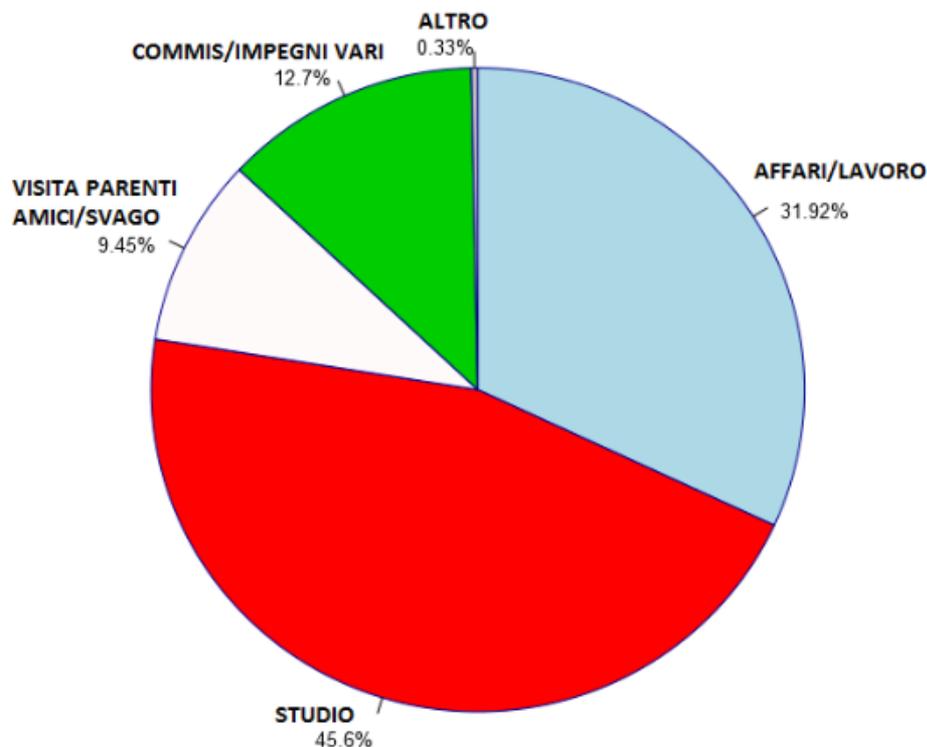
BIGLIETTO



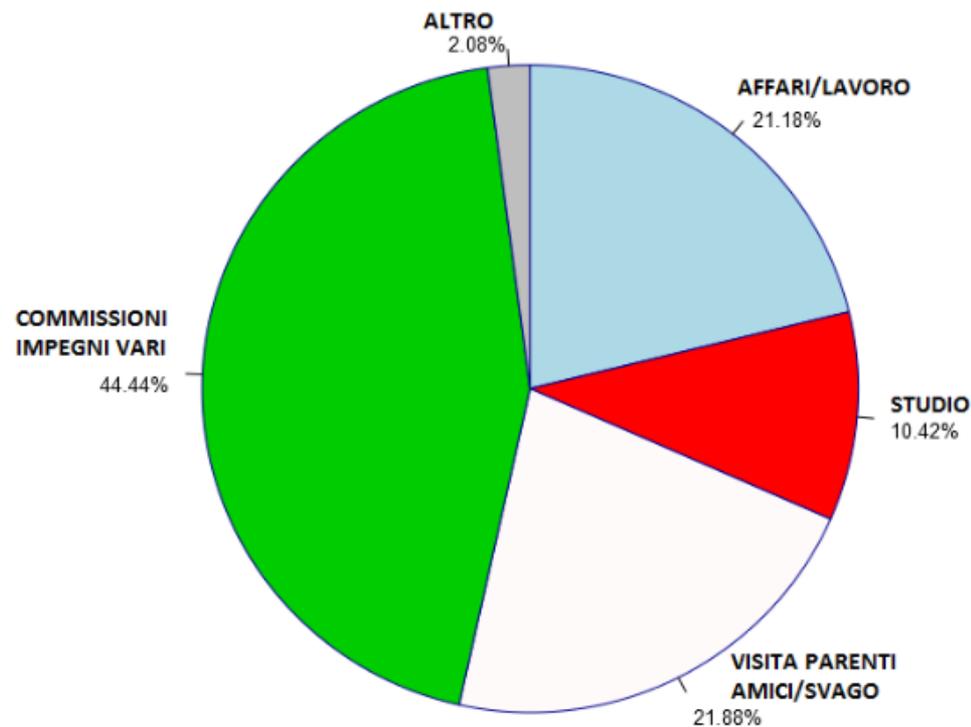
# Abbonamento e Biglietto : motivo dello spostamento

Il 78% degli abbonati usa la Metropolitana per motivi di lavoro e di studio mentre gli i biglietti la utilizzano maggiormente per motivi di svago, commissioni e impegni vari (66%).

ABBONAMENTO



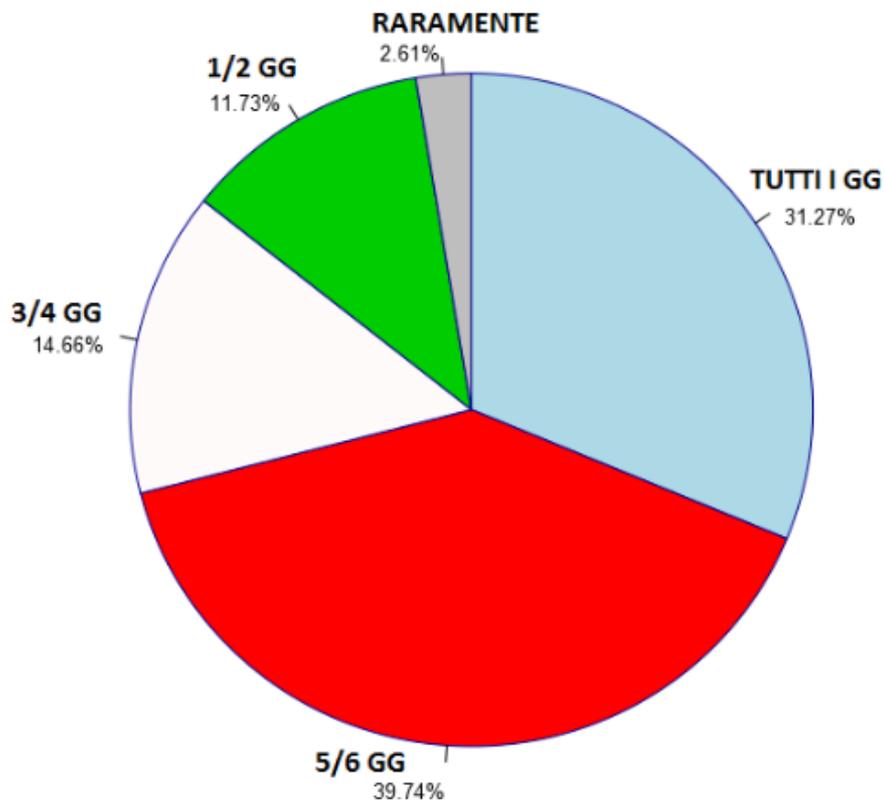
BIGLIETTO



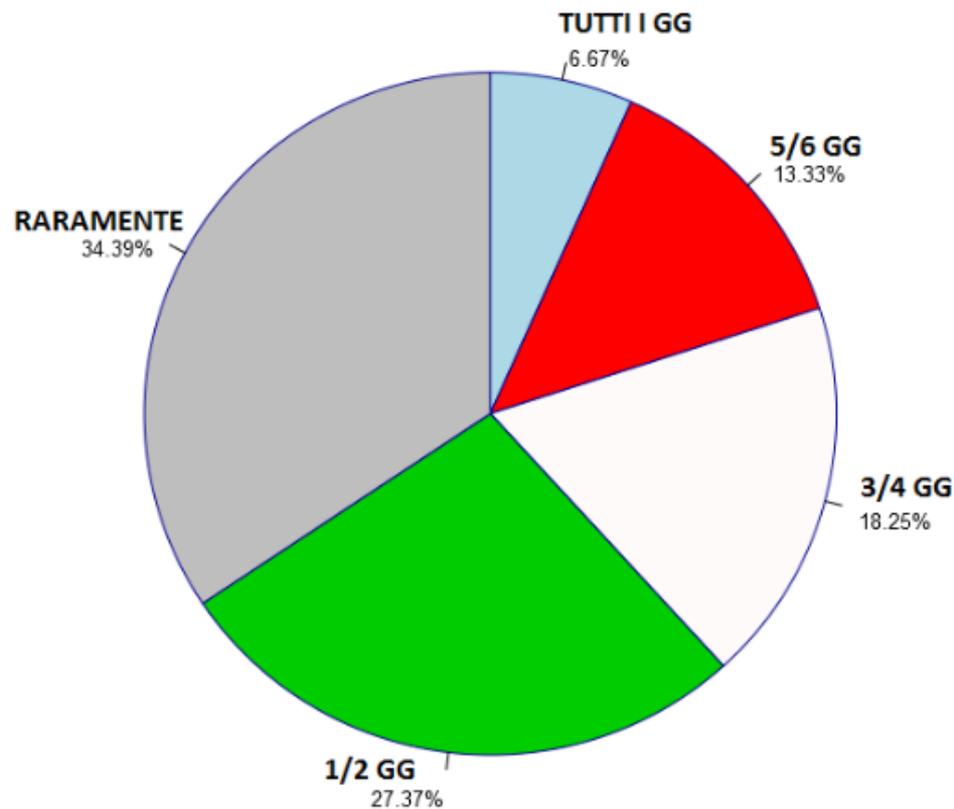
# Abbonamento e Biglietto : frequenza d'uso

Il 71% degli abbonati usa la Metropolitana spesso (tutti i giorni o 5/6 giorni) invece chi utilizza il biglietto ordinario la utilizza più raramente.

ABBONAMENTO

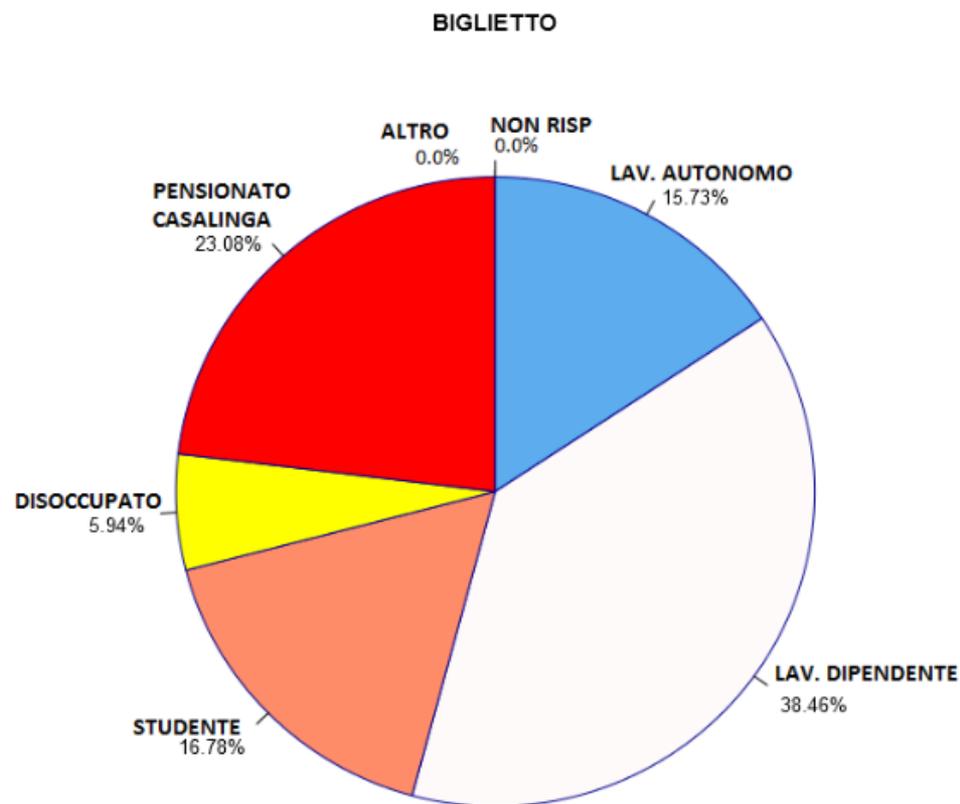
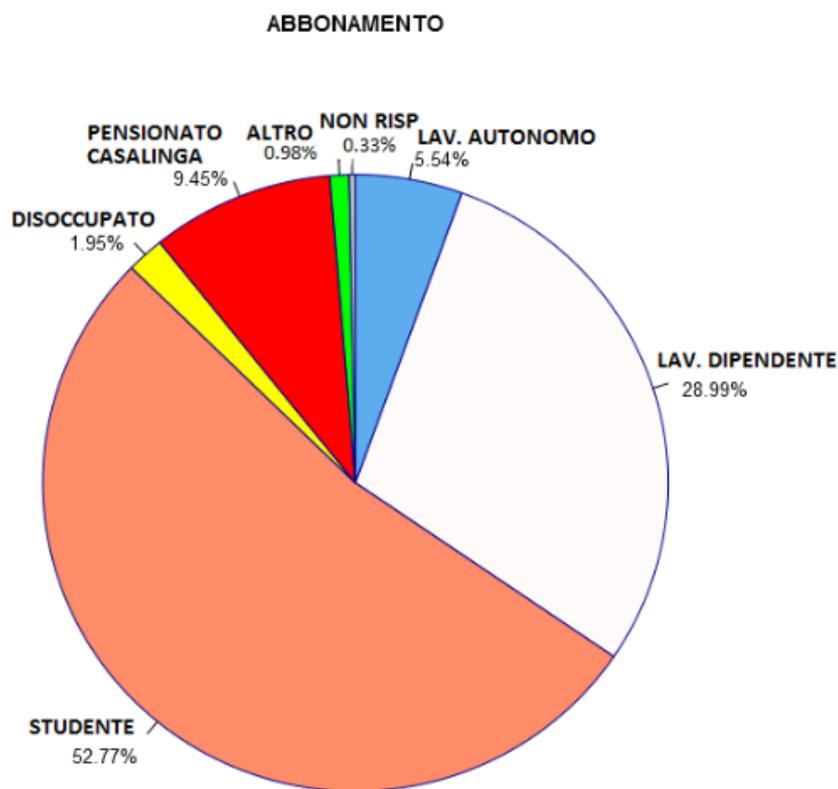


BIGLIETTO



# Abbonamento e Biglietto : professione

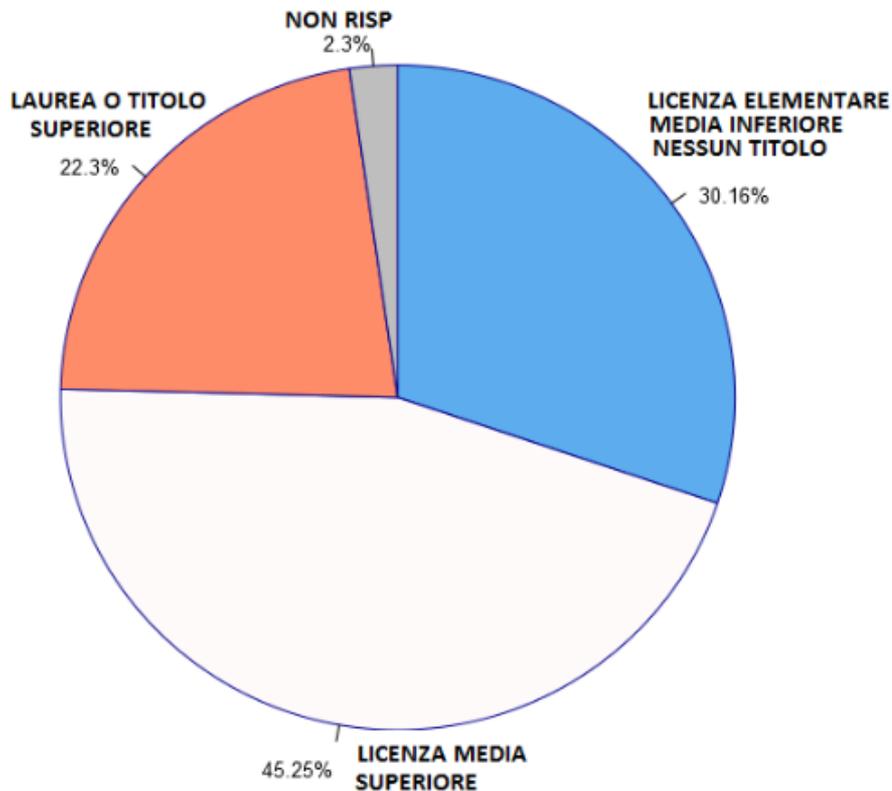
Il 53% degli abbonati intervistati sono studenti e il 29% lavoratori dipendenti. Invece per i biglietti ordinari intervistati il 38% sono lavoratori dipendenti, il 23% sono pensionati/casalinghe, solo il 17% sono studenti e il 16% sono lavoratori autonomi.



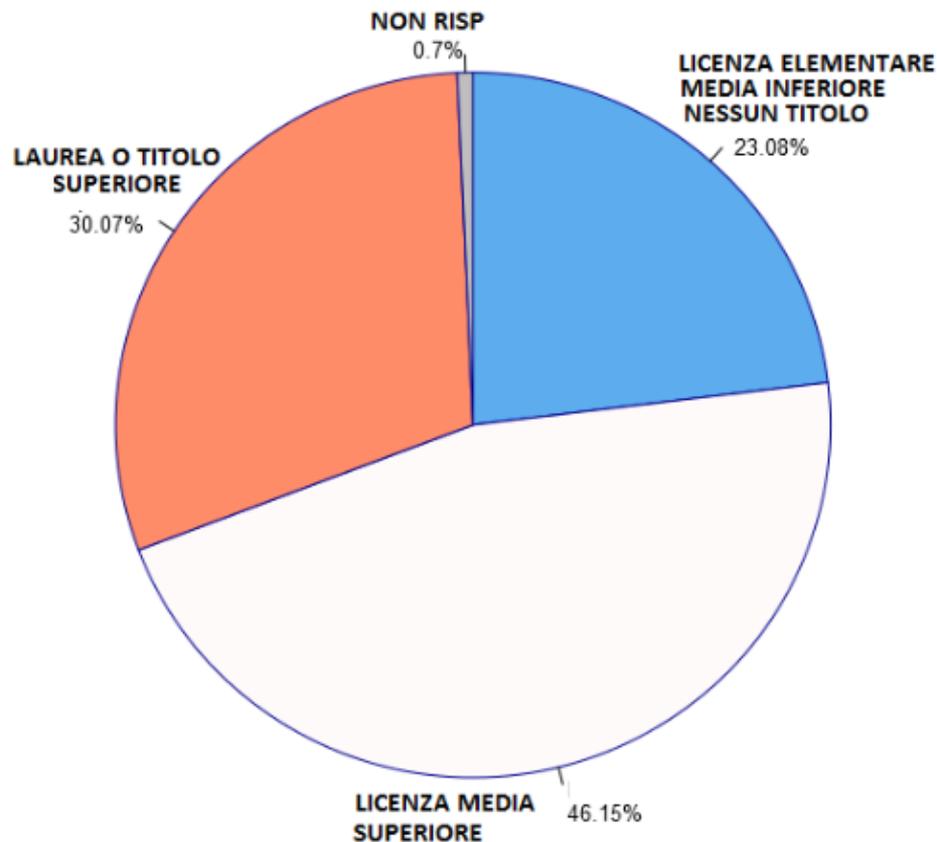
# Abbonamento e Biglietto : titolo di studio

Gli abbonati con titolo di Licenza elementare/media inferiore/nessun titolo è del 30% contro il 23% dei biglietti ordinari e gli abbonati con titolo di Laurea o titolo superiore è del 22% contro il 30% dei biglietti .

ABBONAMENTO



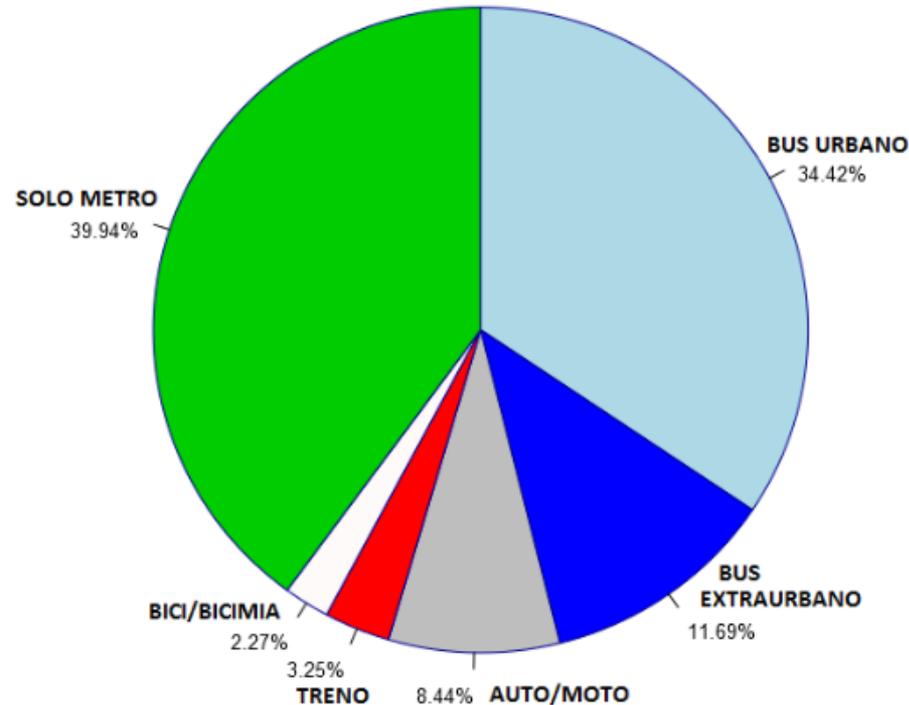
BIGLIETTO



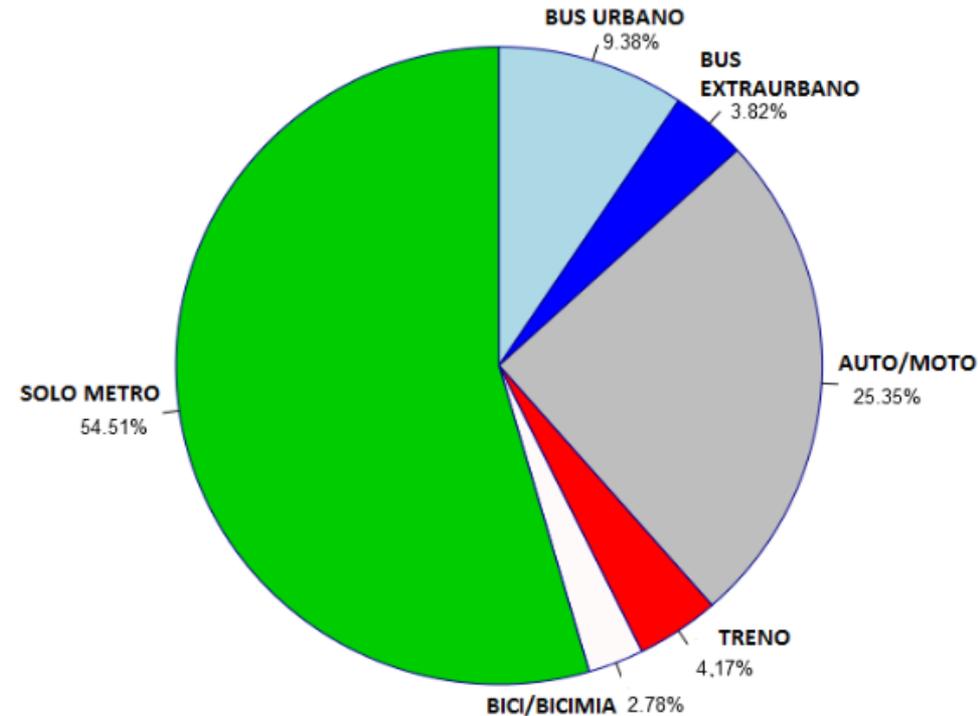
# Abbonamento e Biglietto : mezzo di trasporto per accedere alla metro

Il 40% degli abbonati utilizza solo la Metropolitana il 34% i bus urbani e il 12% bus extraurbani. Chi viaggia con biglietto ordinario utilizza solo la Metro per il 55% e l'auto o la moto per il 25%, mentre il 9% utilizza bus urbani e il 4% bus extraurbani. Resta invece basso l'utilizzo sia del treno che della bicicletta.

ABBONAMENTO



BIGLIETTO



# Metropolitana di Brescia

Principali risultati dell'indagine  
di Novembre 2014

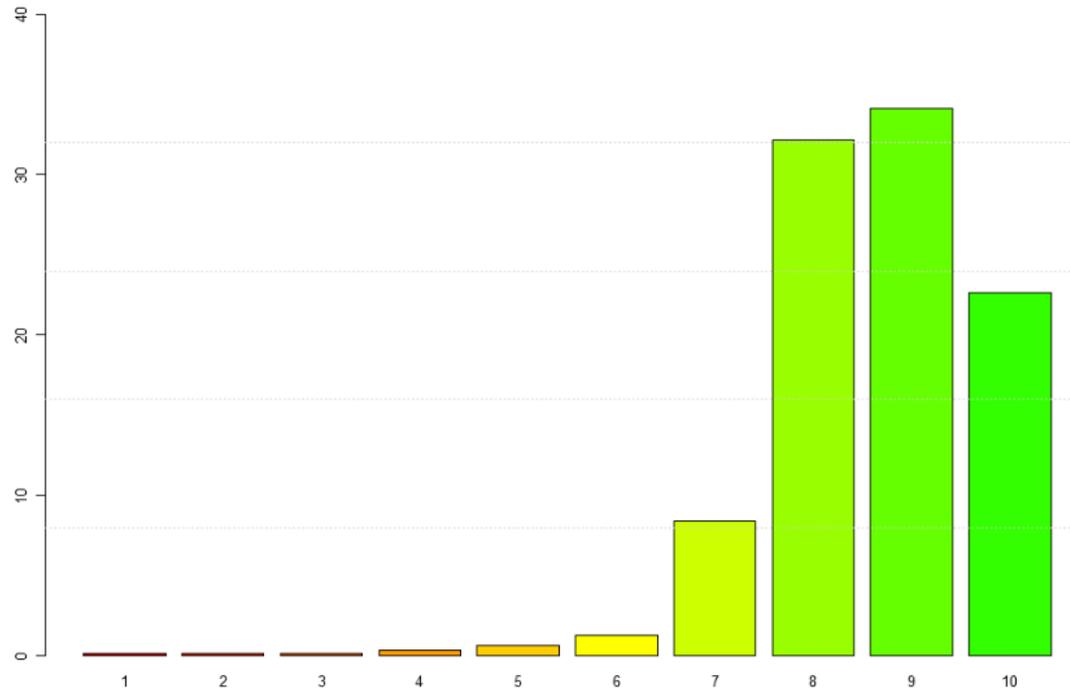
**La soddisfazione degli utenti**

# La qualità del servizio erogato: la valutazione complessiva

Il servizio erogato dalla Metropolitana Leggera di Brescia ottiene una valutazione di 8,62 (su scala da 1 a 10). La soddisfazione complessiva media abbonamento (8,66) e biglietto (8,59).

Il giudizio complessivo è leggermente più basso rispetto a quello espresso a Maggio 2014 (8,89)

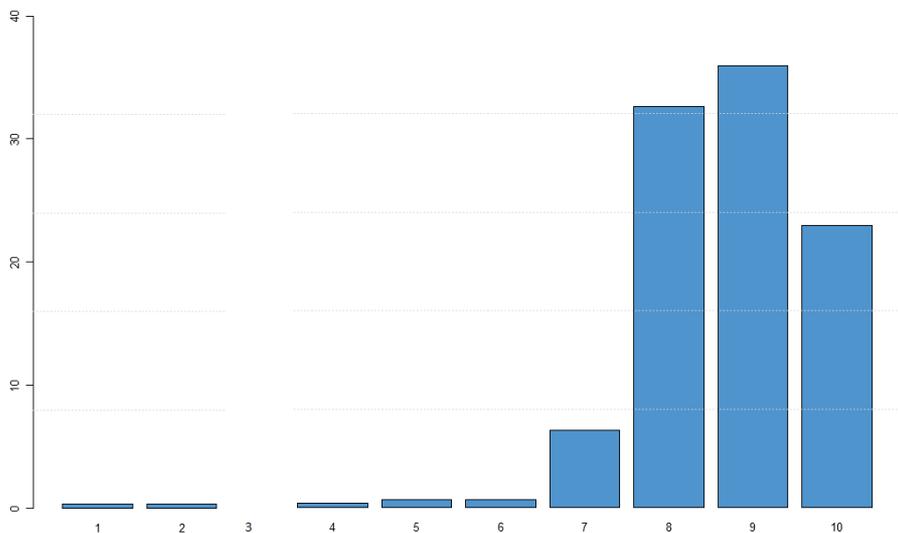
**Complessivamente quanto è soddisfatto del servizio di trasporto della metropolitana? – Valutazione del servizio complessivo su scala da 1 a 10 - %**



# La qualità del servizio erogato: la valutazione complessiva

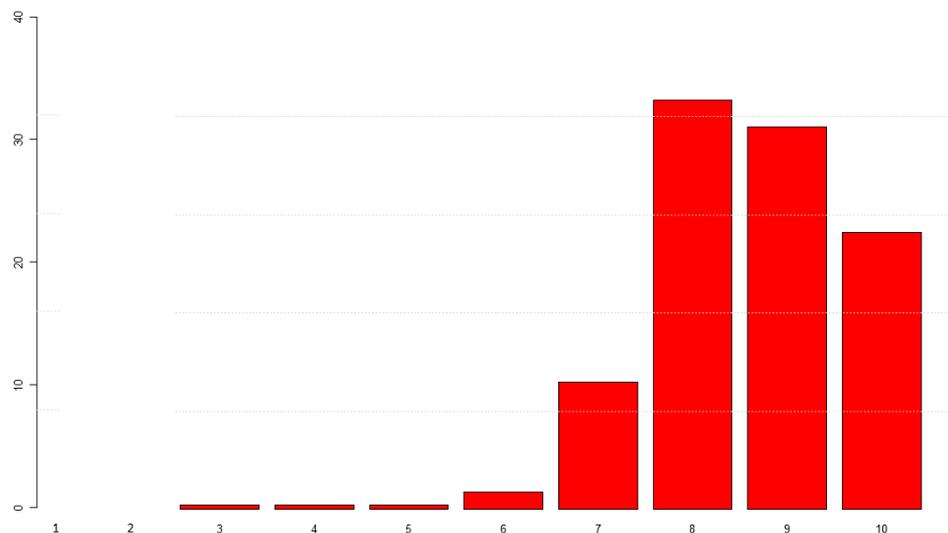
Complessivamente quanto è soddisfatto del servizio di trasporto della metropolitana? –  
Valutazione del servizio complessivo su scala da 1 a 10 – Abbonamento e Biglietto - %

## ABBONAMENTO



Min= 1  
Mediana= 9  
Media=8,66  
Max=10  
Sqm= 1.15  
Moda=9

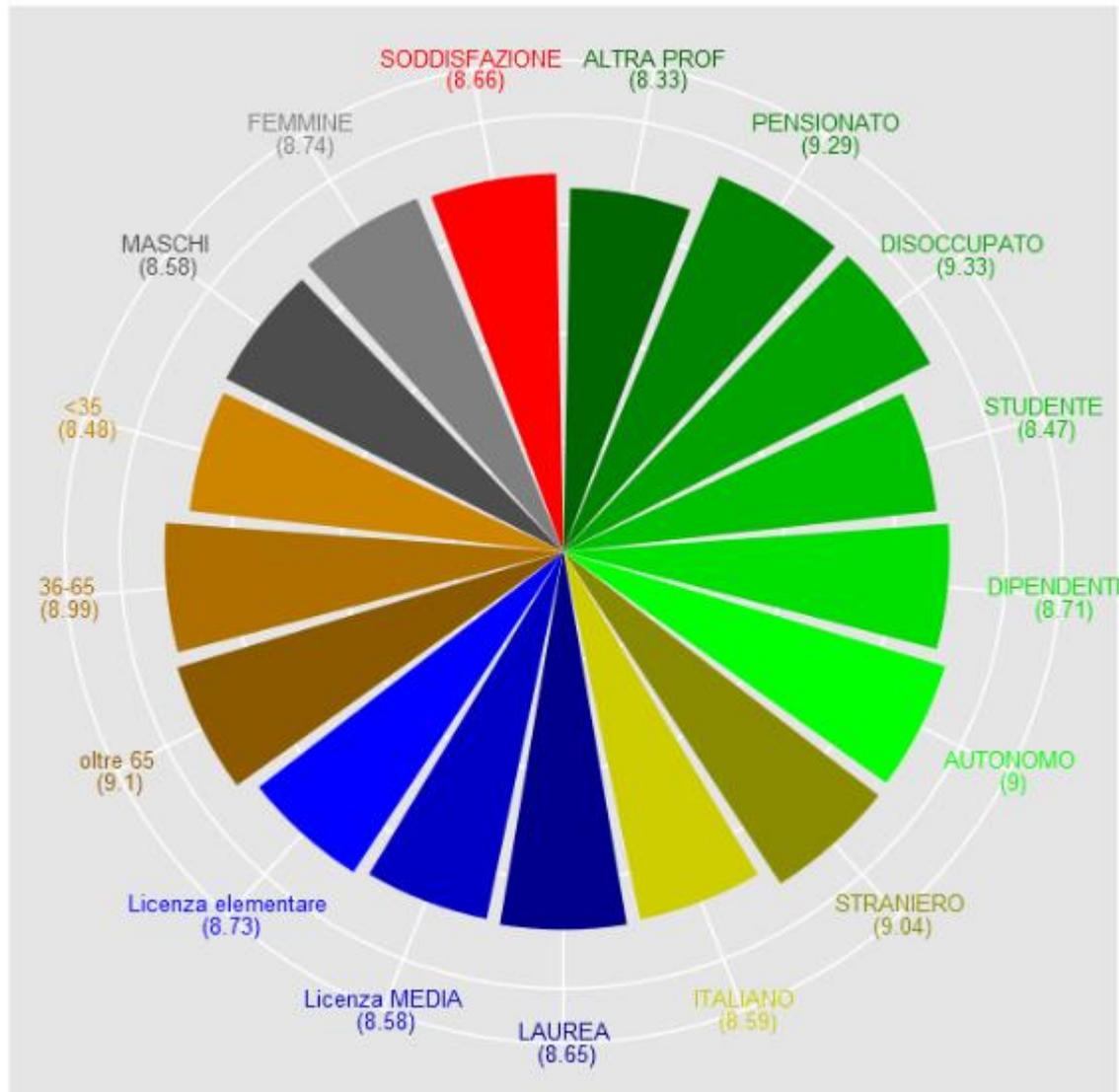
## BIGLIETTO



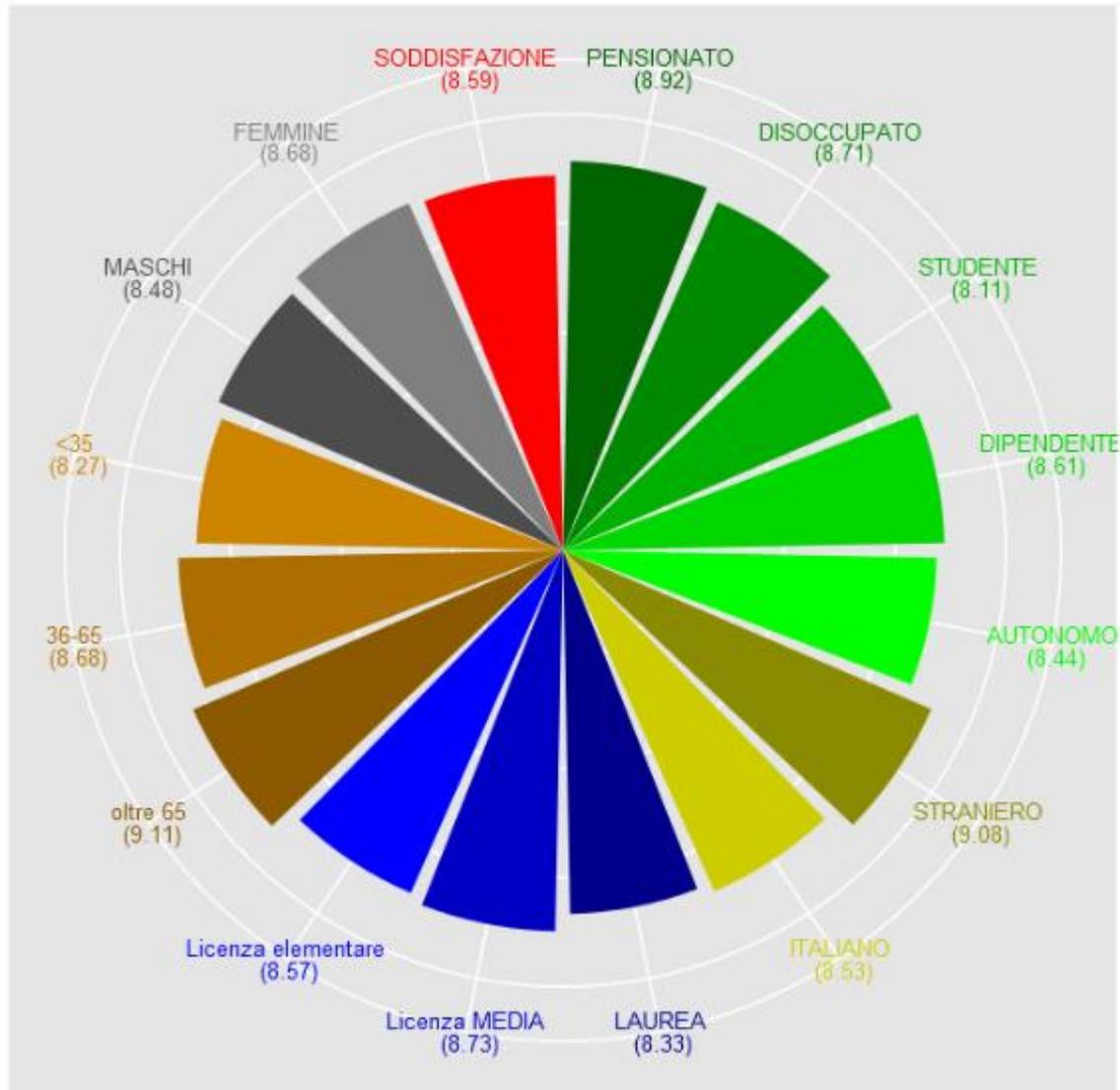
Min= 3  
Mediana= 9  
Media=8,59  
Max=10  
Sqm= 1,10  
Moda=8

# La qualità del servizio erogato: soddisfazione

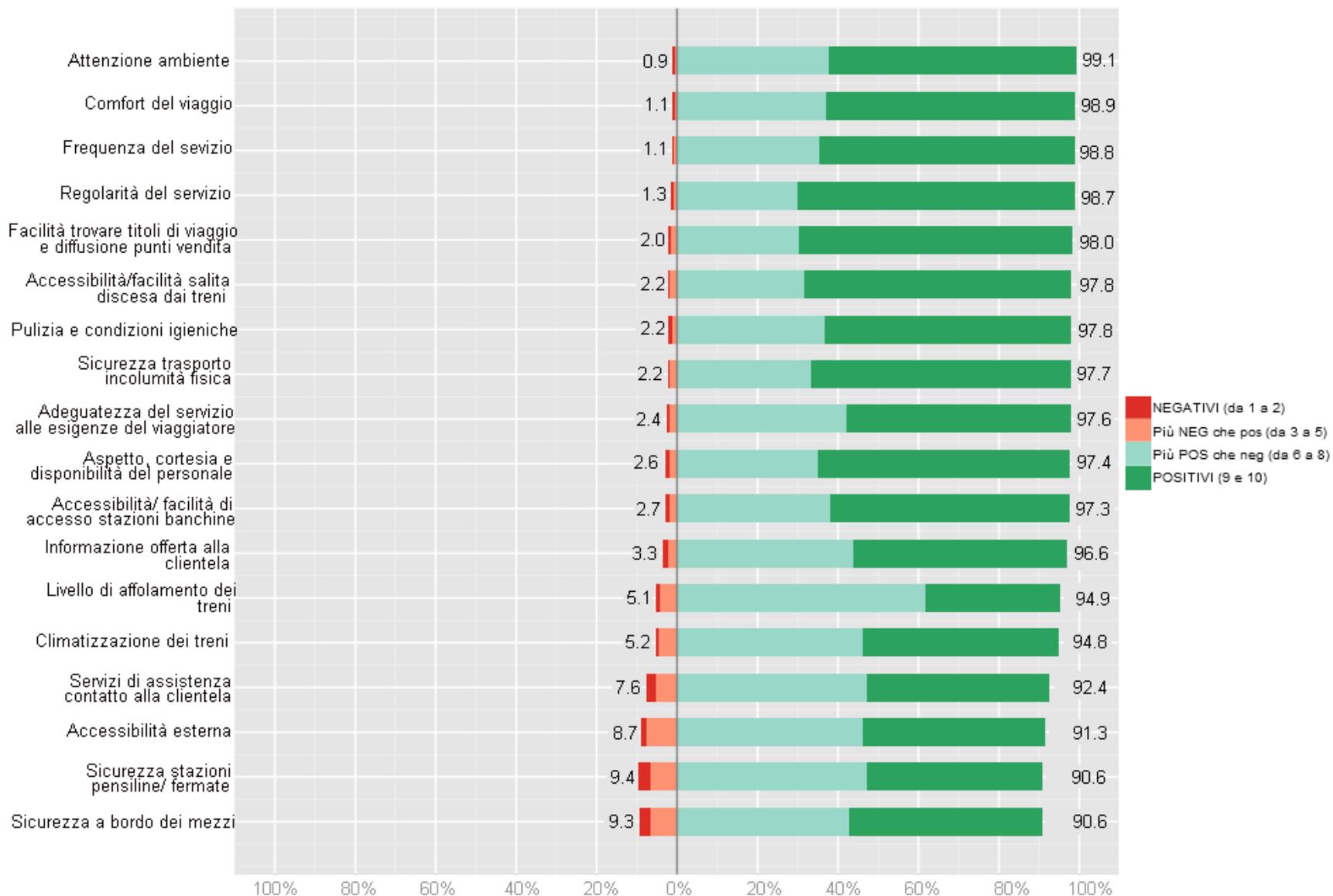
## Abbonamento



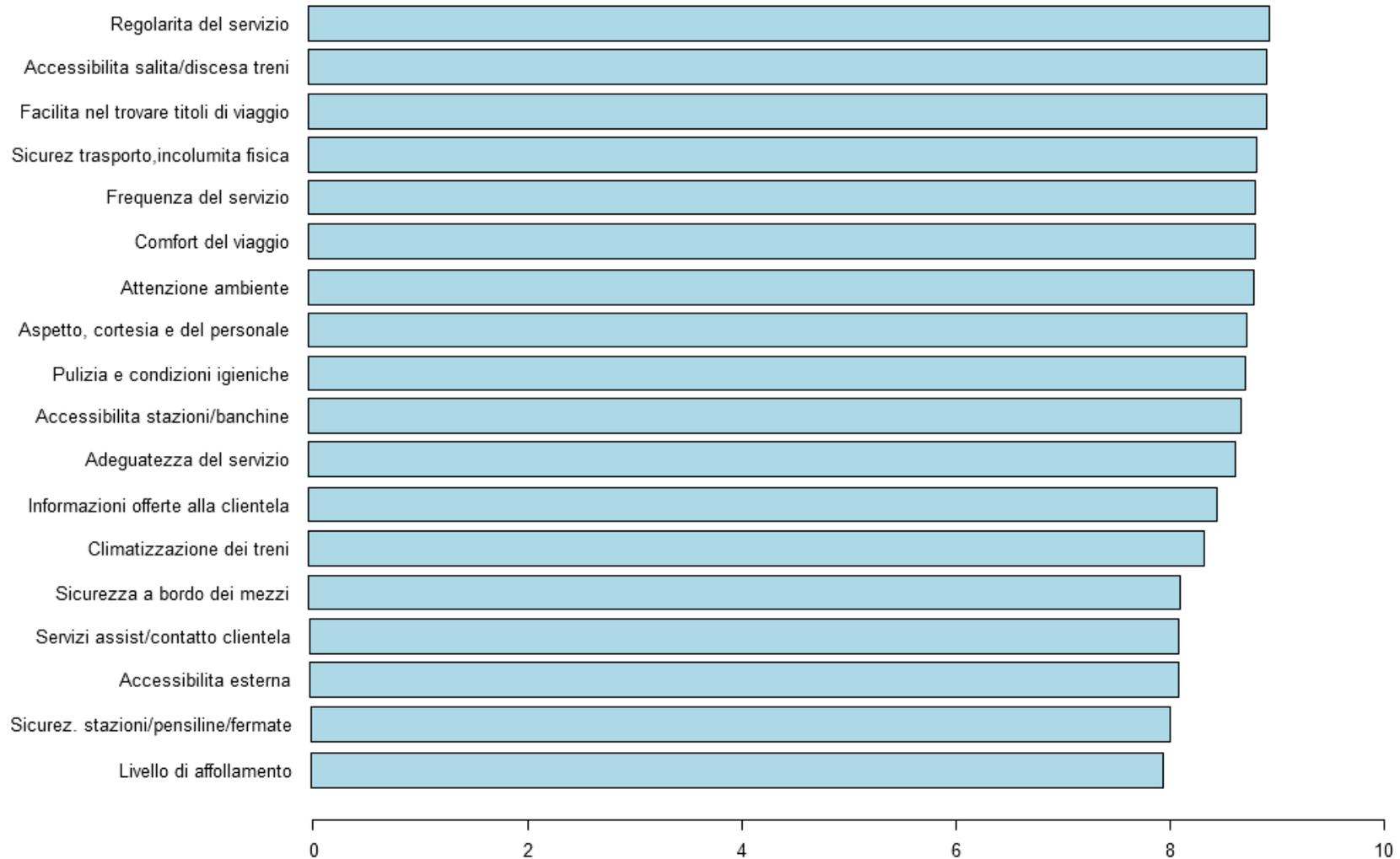
# La qualità del servizio erogato: soddisfazione Biglietto



# La qualità del servizio erogato: I fattori della qualità



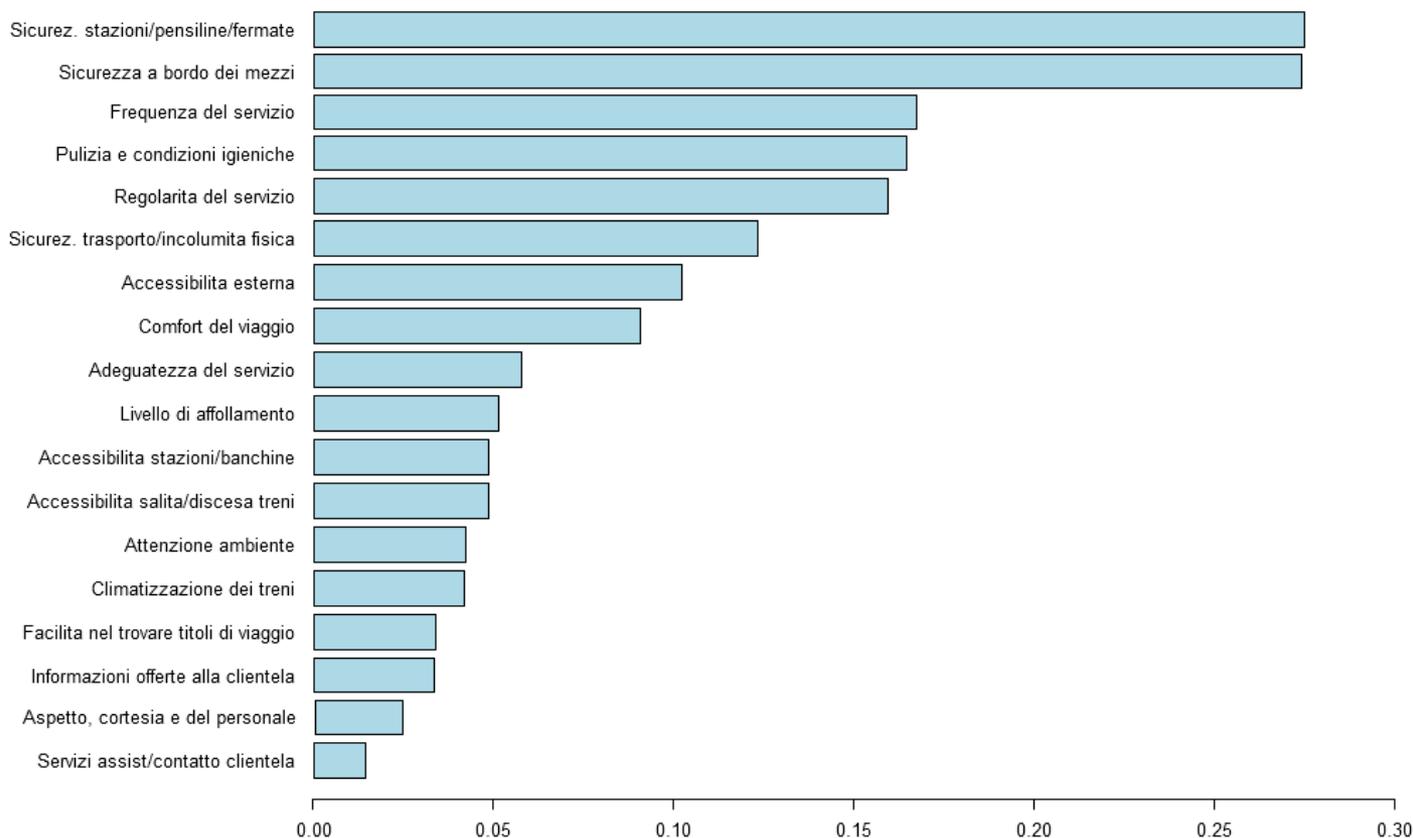
# La qualità del servizio erogato: I fattori della qualità



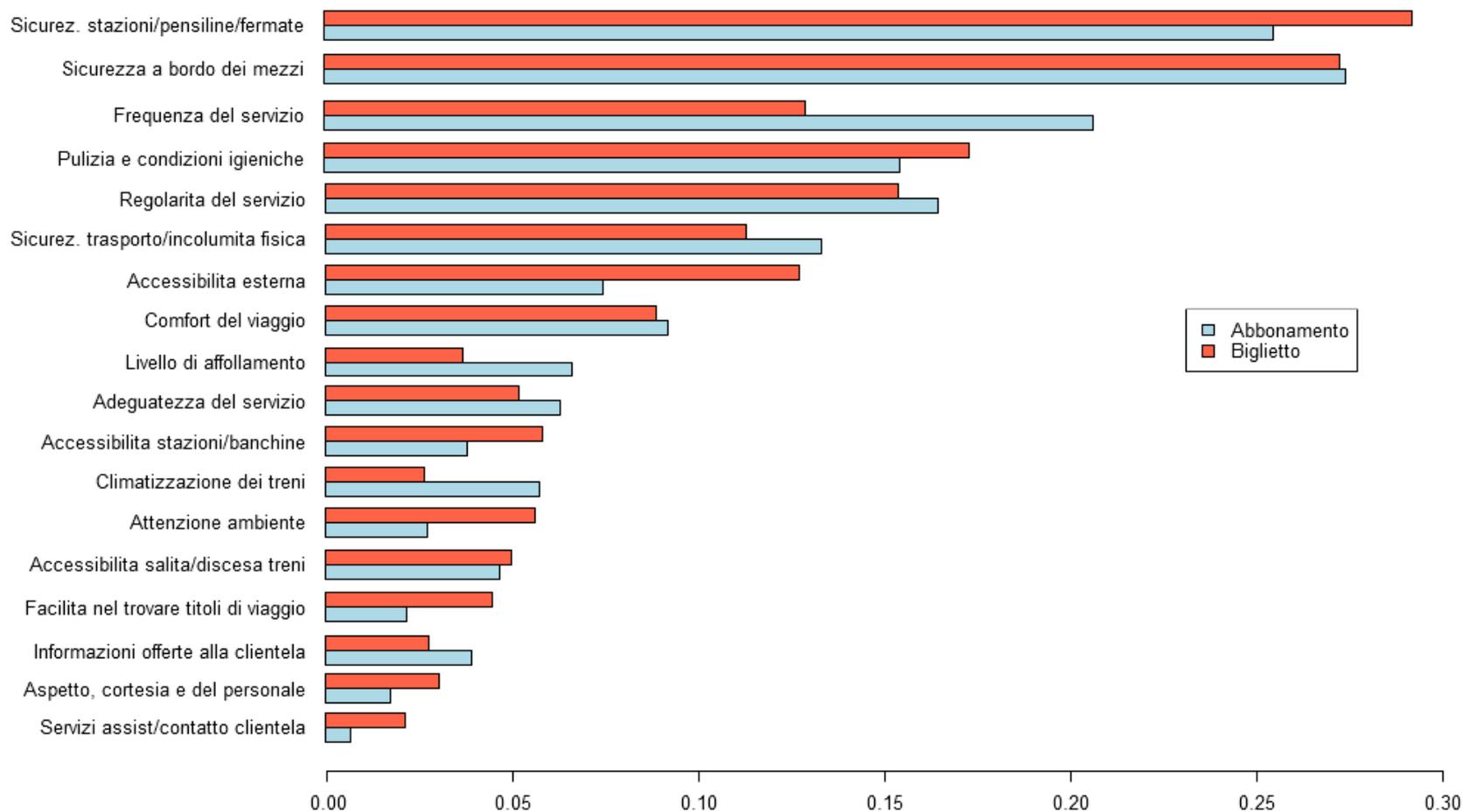
# La qualità del servizio erogato:

## Livelli di importanza dei fattori di qualità

Al fine di poter opportunamente ponderare i giudizi sulla soddisfazione relativa ai fattori della qualità, si è chiesto agli intervistati di esplicitare i fattori che rivestono maggiore importanza, ossia quelli aventi un maggior impatto sulla soddisfazione complessiva dell'utente



# La qualità del servizio erogato: Livelli di importanza di abbonamento e biglietto



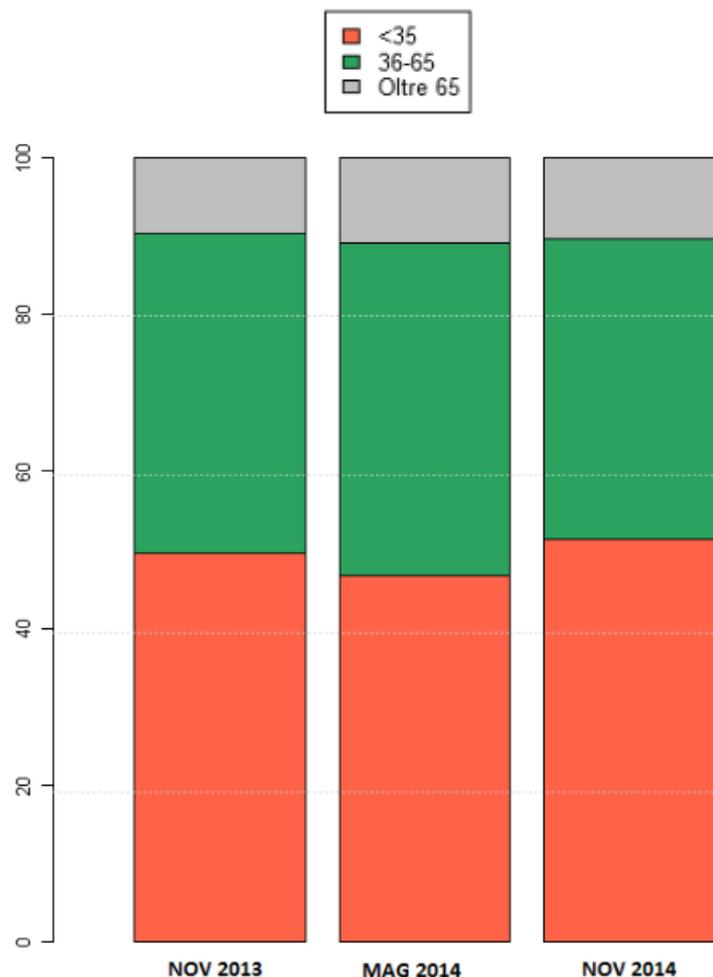
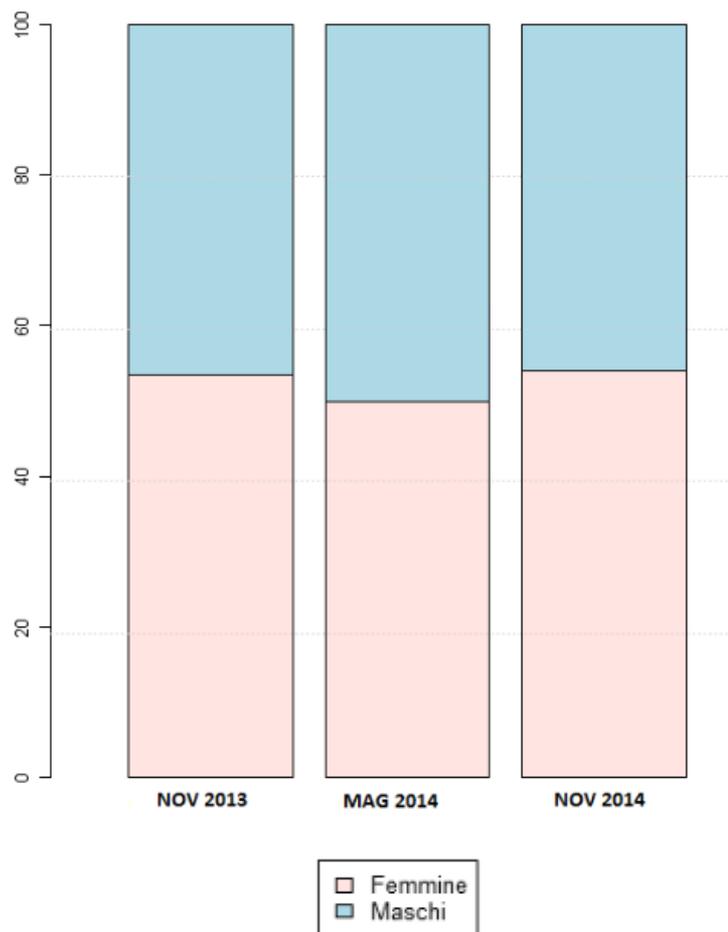
# Metropolitana di Brescia

L'indagine di Novembre 2014 a  
confronto con l'indagine di  
Maggio 2014 e Novembre 2013

**Gli utenti**

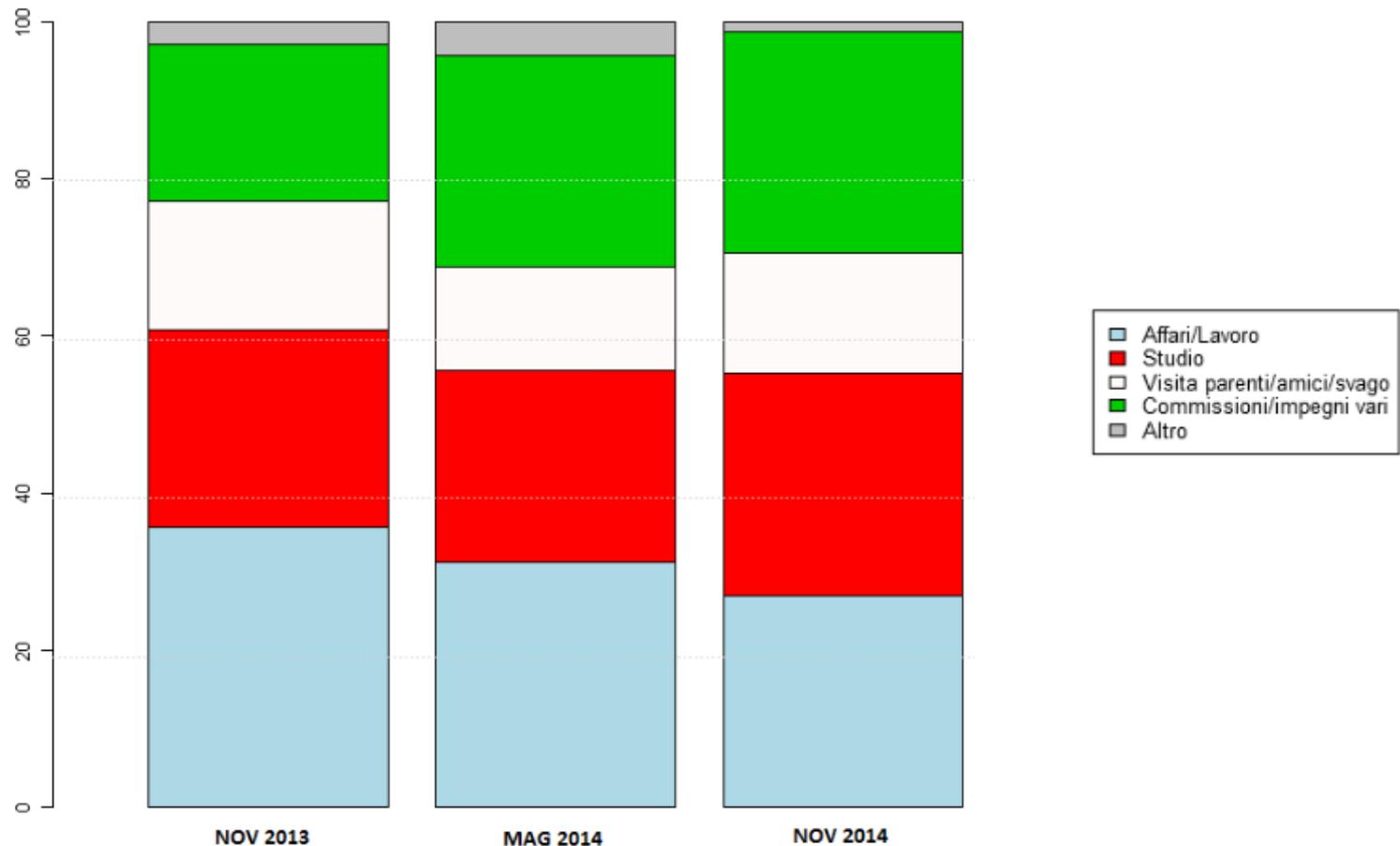
# Metropolitana di Brescia: profilo utenti per genere ed età

Il profilo per genere ed età degli utenti della Metropolitana intervistati a Novembre è analogo delle precedenti indagini.



# Metropolitana di Brescia: profilo utenti per motivo spostamento

Rispetto alle precedenti indagini, gli intervistati che utilizzano la Metropolitana per motivi di lavoro sono diminuiti (dal 35% del Novembre 2013, 31% Maggio 2014 al 27% di Novembre 2014), mentre è in crescita il numero di utenti che la utilizzano per motivi di studio e impegni vari.



# Metropolitana di Brescia

L'indagine di Novembre 2014 a  
confronto con l'indagine di  
Maggio 2014 e Novembre 2013

**I principali fattori**

# Un raffronto tra le indagini 2013 e 2014

La Metropolitana di Brescia è entrata in servizio nel marzo 2013.

Nel mese di novembre è stata effettuata la prima indagine di *customer service* per valutare l'opinione dei cittadini che la stavano utilizzando.

Da allora, l'esercizio sperimentale ha avuto termine e, da marzo 2014, la frequenza dei treni, grazie all'immissione in servizio di nuovi mezzi e la estensione oraria del servizio (fino alle ore 24), hanno portato alcune importanti novità.

La valutazione molto positiva dei cittadini, rilevata nel novembre 2013, aveva fatto parlare di un **effetto «luna di miele»**. Un raffronto tra i risultati di novembre 2014, maggio 2014 e novembre 2013, consente quindi di valutare se la soddisfazione degli utilizzatori della Metropolitana ha subito delle variazioni.

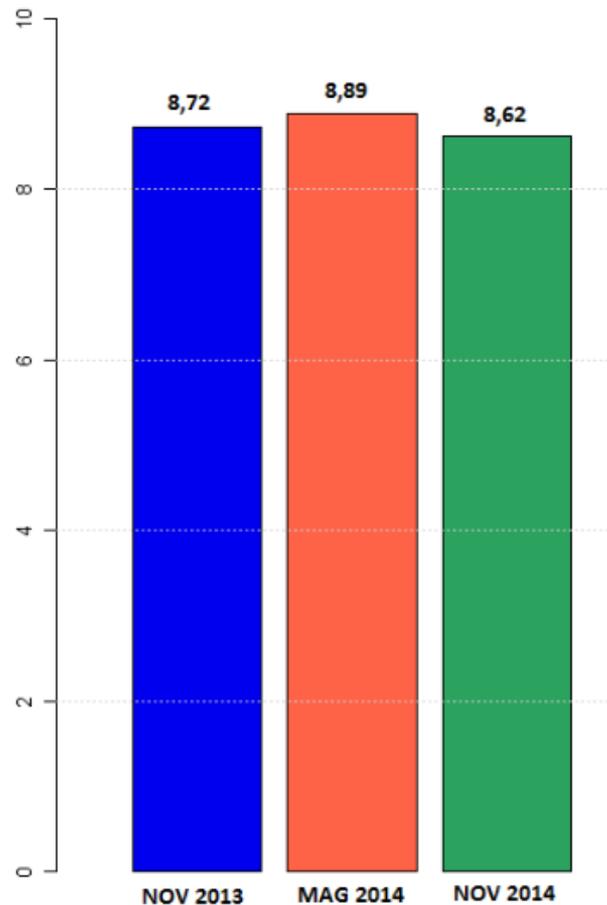
Di seguito vengono confrontati alcuni degli elementi più rilevanti delle rilevazioni:

- la valutazione media complessiva,
- la distribuzione delle valutazioni per voto,
- la distribuzione per valutazione dei fattori di qualità,

lasciando al lettore la valutazione.

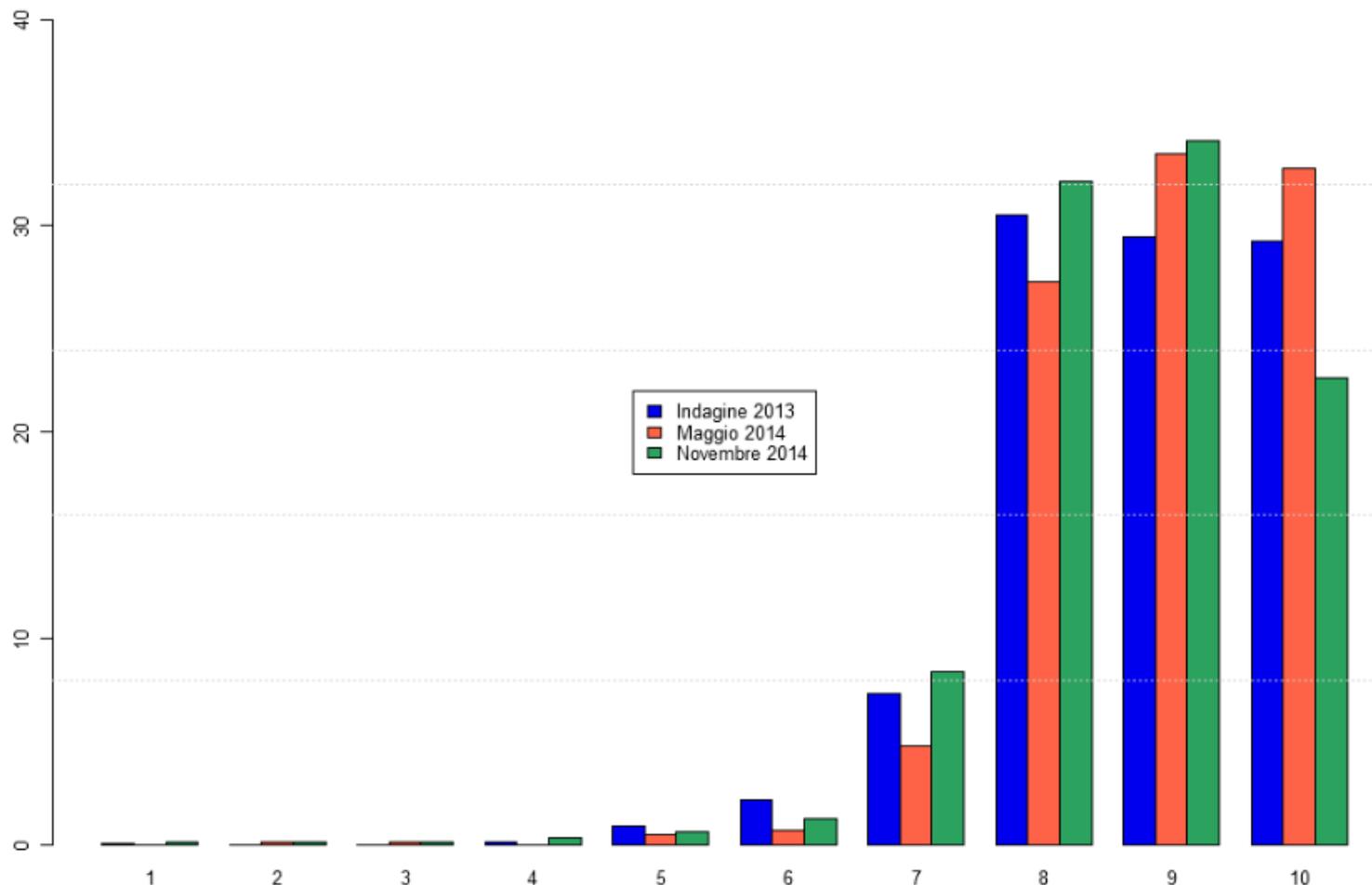
# La qualità del servizio erogato: la valutazione complessiva 3 indagini

Complessivamente quanto è soddisfatto del servizio di trasporto della metropolitana? – Valutazione del servizio complessivo su scala da 1 a 10

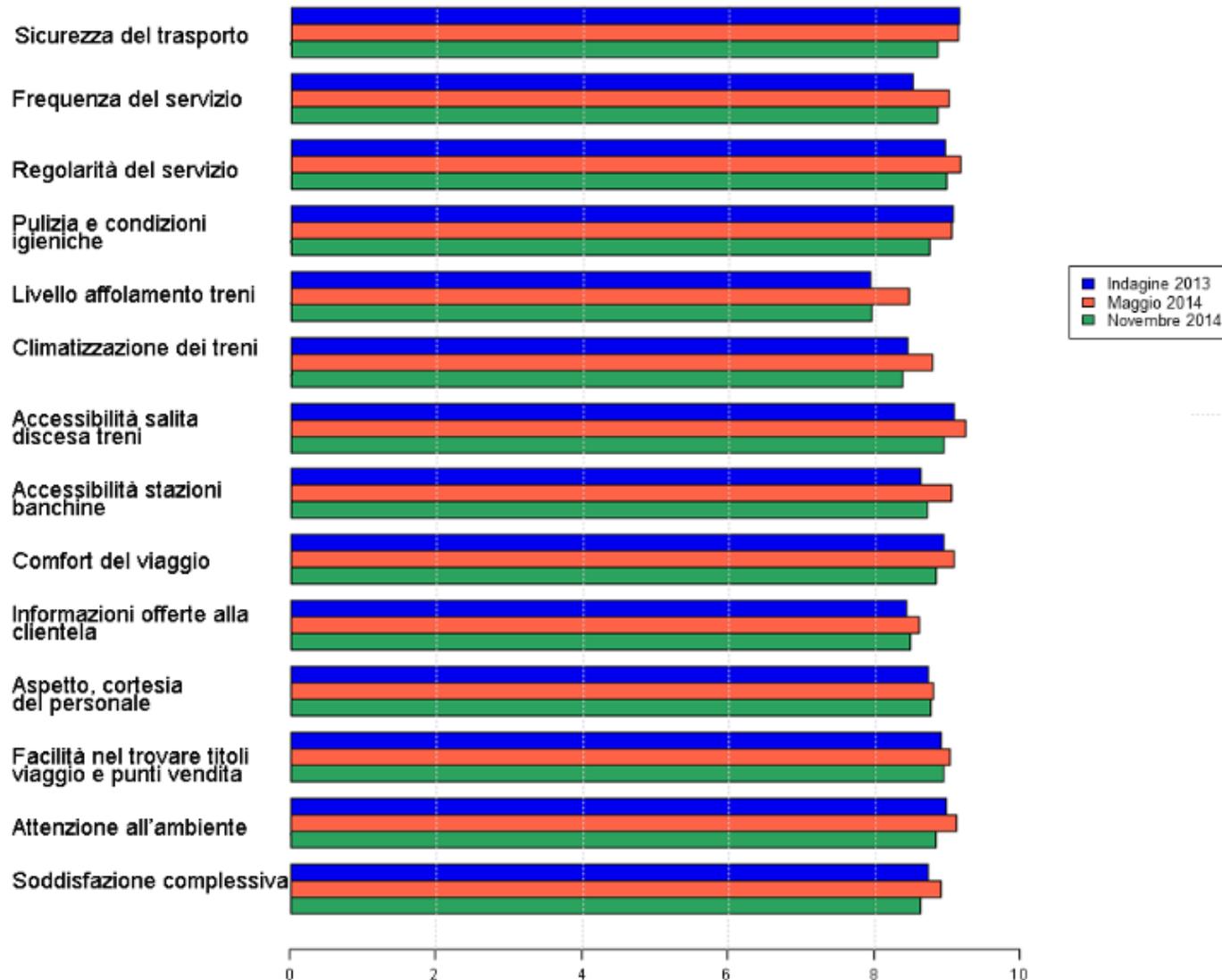


# La qualità del servizio erogato: la valutazione complessiva 3 indagini

Complessivamente quanto è soddisfatto del servizio di trasporto della metropolitana? – Valutazione del servizio complessivo su scala da 1 a 10 - %



# La qualità del servizio erogato: la valutazione per fattori di qualità 3 indagini



# Metropolitana di Brescia

Analisi delle priorità di intervento

*Quadrant analysis*

# Quadrant Analysis

La **Quadrant Analysis (QA)** utilizza **mappe delle priorità**, o mappe di posizionamento, in cui i **livelli medi di soddisfazione (punteggi)** e d'**importanza (preferenze)** dei fattori della qualità sono **proiettati su assi ortogonali**.

**L'asse orizzontale indica il grado di soddisfazione dei fattori** ed è centrato sulla soddisfazione media complessiva del servizio della metropolitana. La sua cambia al variare del campione di riferimento.

**L'asse verticale indica il grado di importanza dei fattori** ed è centrato sul livello d'importanza medio calcolato sotto l'ipotesi di equidistribuzione delle preferenze.

# Risultati Indagine Novembre 2014

## Quadrant analysis

