



CERTIFICAZIONE DEL SERVIZIO
AI SENSI DELLA NORMATIVA EUROPEA EN13816:2002

MANUALE DELLA QUALITA'



Il presente documento costituisce il materiale da impiegarsi per definizione, misura e gestione della qualità del servizio di trasporto pubblico relativamente ai servizi di navigazione lacuale.

Revisione	Data	Redatto	Verificato	Approvato
0	04/07/2018	Ing. Andrea Codino	Ing. Carlo Rossi	Dott. Giuseppe Bonelli
1	29/04/2020	Ing. Andrea Codino	Ing. Carlo Rossi	Dott. Giuseppe Bonelli
2	21/12/2021	Ing. Andrea Codino	Ing. Carlo Rossi	Dott. Giuseppe Bonelli
3	22/12/2022	Ing. Andrea Codino	Ing. Carlo Rossi	Dott. Giuseppe Bonelli



Sommario

Sommario	3
1. Normativa Europea EN13816	4
1.1. EN 13816: cos'è ed a chi è rivolta?	4
1.2. EN13816: il ciclo della qualità e l'applicazione della normativa	4
2. Il contesto di applicazione	7
3. Obiettivi.....	10
3.1. Definizione degli obiettivi di qualità.....	10
3.2. Indicatori di qualità.....	11
3.3. Livelli di conseguimento degli obiettivi e situazioni inaccettabili.....	14
3.4. Aree di competenza per le azioni correttive	15
4.1. Misurazione della qualità attesa	16
4.1.1. Metodo di rilevazione della qualità attesa.....	16
4.1.2. Metodo di misurazione della qualità attesa	16
4.1.3. Numerosità delle interviste da effettuare	17
4.2. Misurazione della qualità erogata.....	17
4.2.1. Indagini di Mystery Client (IMC).....	17
4.2.2. Misure Dirette delle Prestazioni (MDP)	24
4.3. Misurazione della qualità percepita	24
4.3.1. Metodo di rilevazione della qualità percepita.....	24
4.3.1. Numero di interviste da realizzare	24
4.3.2. Metodo di misurazione e valutazione della qualità percepita	25
4. Applicazione del ciclo della qualità.....	29
5.1. I GAP della qualità	29
5.2. Gestione della qualità del servizio	30
5.3. Applicazione dei procedimenti e modifica del Manuale.....	31



1. Normativa Europea EN13816

1.1. EN 13816: cos'è ed a chi è rivolta?

La normativa europea 13816 del 2002 rappresenta lo standard europeo relativamente al settore del trasporto pubblico. Il proposito principale della normativa è la **promozione di un approccio di qualità nel trasporto pubblico** e la focalizzazione dell'interesse sulle necessità ed aspettative della clientela.

Lo standard può essere applicato per:

- Operatori trasporto pubblico: sia singoli che associati (in quest'ultimo caso è possibile condividere le responsabilità), al fine di allinearsi alle aspettative della clientela;
- Autorità/Amministrazioni competenti: l'applicazione dello standard può generare benefici addizionali in caso di gare per l'affidamento dei servizi.

La certificazione nelle proprie varie forme, ed anche ai sensi della EN13816, è la garanzia per l'utente che un servizio/prodotto venga erogato secondo standard definiti a livello comunitario. In tale occorrenza l'operatore ha la facoltà di promuovere i propri servizi, nei confronti sia dell'utenza sia degli Enti di riferimento, consolidando il proprio brand e la percezione, all'esterno, della propria professionalità, con la garanzia di qualità che la certificazione assicura, condizione di eccellenza che può rappresentare un vantaggio competitivo rispetto ad altri soggetti

La certificazione dei servizi di TPL risulta particolarmente indicata sulle linee ad elevata frequentazione/redditività: in questi casi essa permette di mantenere ed incrementare gli indicatori di frequentazione, grazie all'orientamento al cliente che la contraddistingue, nonché consente di determinare i punti di forza ed eventualmente di debolezza dei servizi offerti e il loro trend nel tempo.

La certificazione dei servizi potrebbe, già nel prossimo futuro, diventare requisito imprescindibile ai fini della partecipazione a gare per l'affidamento dei servizi (o l'ottenimento e il mantenimento della stessa nel tempo quale clausola contrattuale), come è oggi per altre certificazioni (es. ISO:9001).

Resta inteso che per tutti gli elementi oggetto di certificazione EN13816:2002 devono anche essere rispettate le normative e le disposizioni nazionali e locali in materia di qualità del servizio di trasporto pubblico di passeggeri, nonché quanto previsto nel Contratto di Servizio e nella Carta dei Servizi.

1.2. EN13816: il ciclo della qualità e l'applicazione della normativa

La qualità del servizio di trasporto pubblico è l'insieme dei fattori e delle misure di controllo di cui è responsabile l'Azienda che eroga il servizio. **Il ciclo della qualità del servizio di TPL si compone di 4 punti di vista:**

- il punto di vista del cliente, ovvero il beneficiario del servizio, che si esplica nella qualità:
 1. Attesa – livello di qualità richiesto dal cliente;
 2. Percepita - livello di qualità effettivamente percepito dal cliente all'atto della fruizione del servizio;
- il punto di vista dell'azienda, ovvero il soggetto che eroga il servizio, che si traduce nella qualità:
 3. Progettata/Programmata – livello di qualità che l'azienda si prefigge di erogare ai propri clienti;
 4. Erogata – livello di qualità effettivamente realizzato dall'Azienda

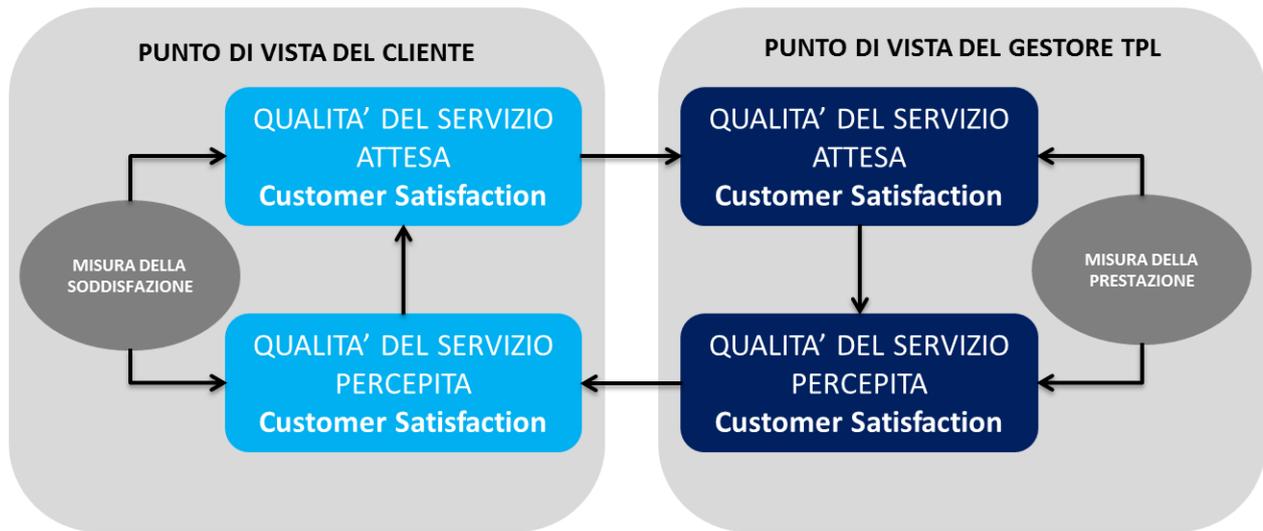


Figura 1.1 – Ciclo della qualità

Il ciclo della qualità permette di individuare quattro GAP:

- GAP1: Q. Attesa – Q. Progettata. L'abilità del gestore nel progettare un servizio in grado di soddisfare i desideri del cliente.
- GAP2: Q. Erogata – Q. Progettata. L'abilità del gestore nel raggiungere gli obiettivi imposti.
- GAP3: Q. Percepita – Q. Erogata. Il grado in cui gli obiettivi fissati dal gestore vengono percepiti dall'utente.
- GAP4: Q. Percepita – Q. Attesa. Il livello di soddisfazione del cliente.

La qualità complessiva del servizio di TPL indicata dalla norma è determinata da una molteplicità di fattori che rappresentano il punto di vista del cliente relativamente al servizio erogato. La norma individua al primo livello, 8 categorie corrispondenti ad altrettanti macro-fattori di qualità:

- Disponibilità
- Accessibilità
- Informazioni
- Tempo
- Attenzione al cliente
- Comfort
- Sicurezza
- Ambiente

Ai livelli secondo e terzo le categorie vengono ulteriormente suddivise in fattori e micro fattori.

La gestione del processo di qualità, pertanto, richiede le seguenti fasi:

1. Identificazione delle aspettative del cliente;
2. Identificazione della qualità esistente e delle aree di miglioramento;
3. Identificazione degli obiettivi;
4. Misura dei livelli di performance (Mystery Client);
5. Identificazione di eventuali misure correttive;
6. Misura della qualità percepita (Customer Satisfaction);



7. Pianificazione della attività per la riduzione delle differenze tra:

7.1. Qualità erogata e programmata

7.2. Qualità desiderata e percepita

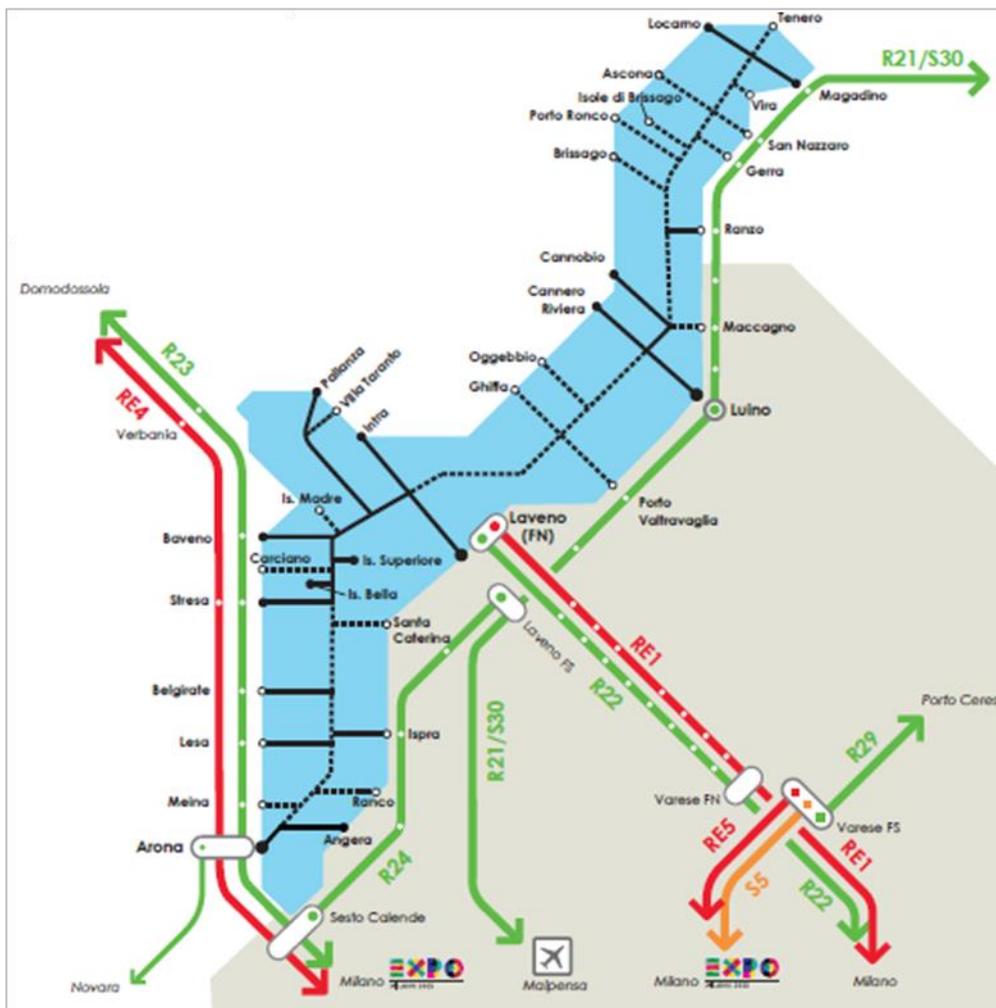
Negli allegati alla normativa sono riportati gli indicatori di valutazione suggeriti, cui è possibile aggiungere ulteriori elementi specifici di misurazione (si osservi che lo standard prevede criteri non applicabili in tutte le realtà, ma tutti i criteri che possono riscontrarsi negli ambiti più diversi, ad es: TPL, aeroporti, stazioni ferroviarie, ecc.).

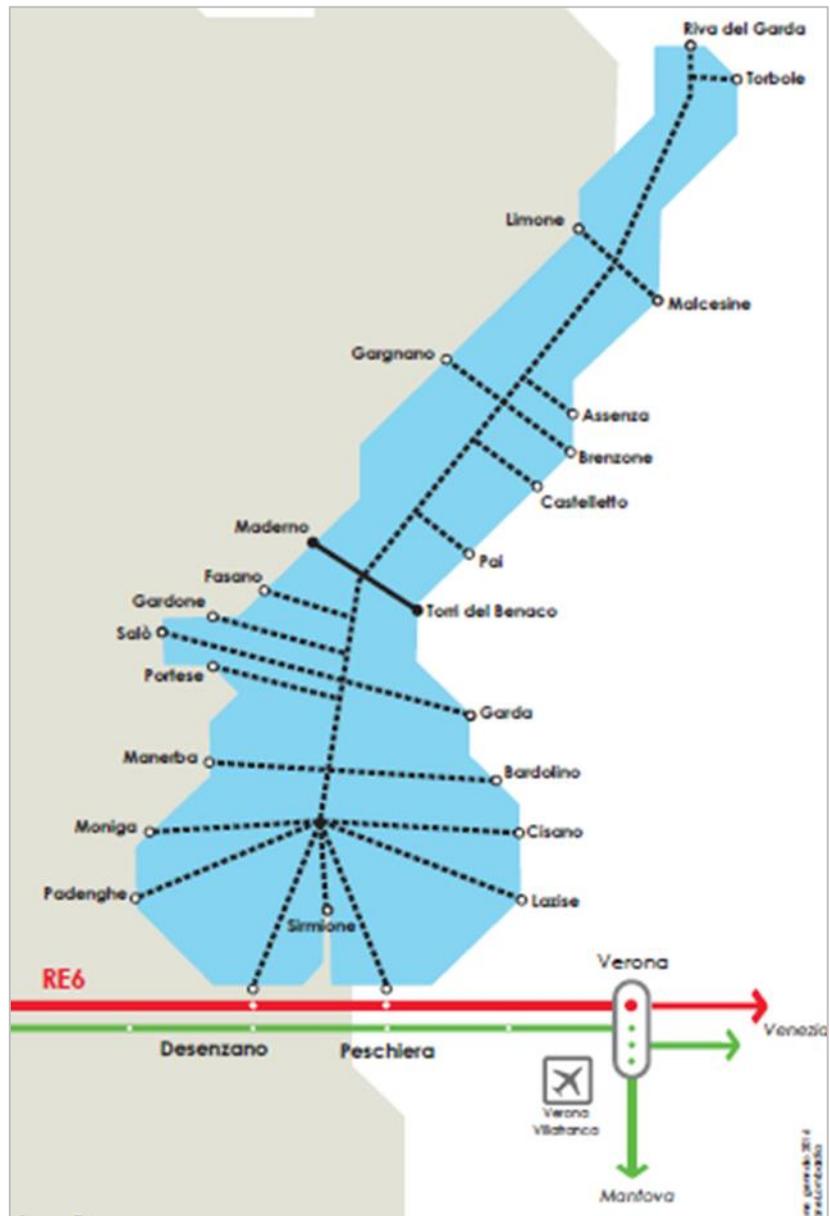
La fase di progettazione del sistema di qualità, ai sensi della EN13816, è svolta dall'azienda che ne richiede la certificazione, tipicamente assistita da professionisti esperti. La certificazione del servizio è, invece, compito degli Enti Certificatori, iscritti all'apposito Albo, che verificano l'attinenza alla normativa del processo progettato, la coerenza dei procedimenti di correzione previste in seguito alle indagini, preventivamente condotte, e il piano di gestione e miglioramento delle performance dei servizi.

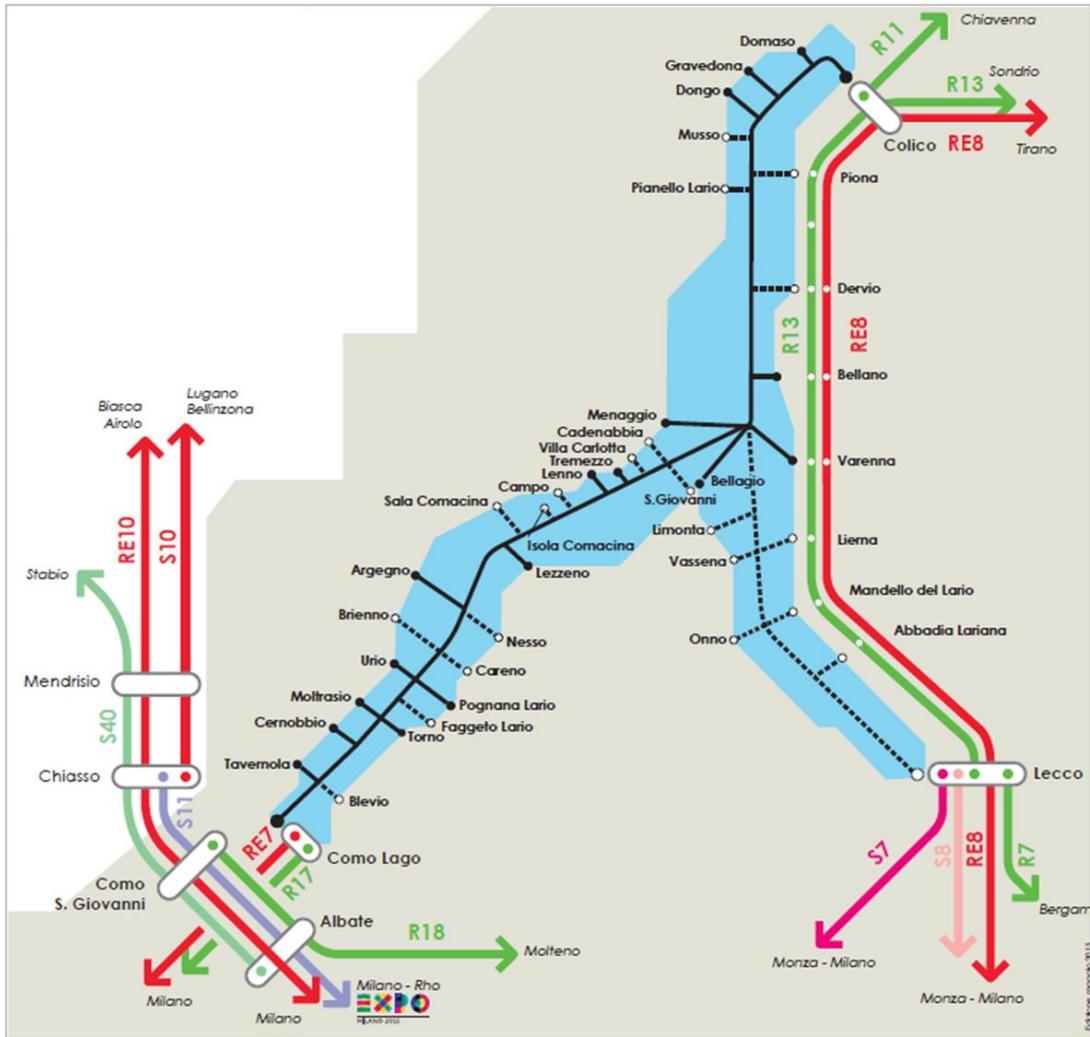
2. Il contesto di applicazione

Il presente manuale si applica a tutti i servizi di navigazione come mostrato in tabella:

Lago	Servizio
Como	Battello
	Rapido
	Traghetto
Garda	Battello
	Rapido
	Traghetto
Maggiore	Battello
	Traghetto









3. Obiettivi

L'obiettivo del lavoro svolto dall'Azienda è lo sviluppo del percorso che conduce alla certificazione ai sensi della EN 13816:2002 tramite la costruzione di una metodologia, univoca e replicabile, che sia orientata al miglioramento continuo del servizio erogato anche tenuto conto delle esigenze gestionali ed organizzative dell'Azienda.

L'Azienda, in accordo con quanto previsto dalla Carta dei Servizi e congruentemente agli standard aziendali di qualità definiti per le altre linee certificate EN13816, ha definito i valori soglia di:

- Obiettivo;
- Inaccettabilità.

3.1. Definizione degli obiettivi di qualità

La selezione degli indicatori di qualità ai fini della EN 13816 è avvenuta in linea con quanto previsto dallo standard, secondo i seguenti principi:

- Almeno un indicatore per ciascuna area;
- Indicatori facilmente misurabili e riproducibili attraverso ICS, IMC e MDP (rispettivamente Indagini di Customer Satisfaction, Indagini di Mystery Client e Misure Dirette della Produzione).

Inoltre, è stata valutata la congruenza degli indicatori con quanto previsto da Contratto di Servizio, Carta dei Servizi.

Tutti gli indicatori selezionati sono monitorabili sia "lato cliente" (qualità percepita) sia "lato azienda" (qualità progettata ed erogata).

3.2. Indicatori di qualità

Gli indicatori di qualità sono selezionati a partire dall'elenco contenuto nell'Appendice A – Criteri di Qualità della Normativa EN13816, e relativi a tutte le aree individuate al Livello 1.

La selezione ha riguardato in tutti i casi un dettaglio di raccolta e monitoraggio delle informazioni che si attesta al Livello 3. L'Azienda ha, in talune occasioni, dettagliato ulteriormente e specificato un Livello 4.

Gli indicatori di qualità selezionati per il servizio di battello sono riportati in Tabella 3.1 - Selezione degli indicatori di qualità.

Livello 1 (EN13816)	Livello 2 (EN13816)	Livello 3 (EN13816)	Livello 4 (esplicitato dall'Azienda)	
1. Disponibilità	1.3 Operatività	1.3.2 Frequenza		
2. Accessibilità	2.2 Interfaccia interna	2.2.1 Entrate/uscite		
		2.2.2 Circolazione interna	2.2.2.1 Circolazione interna approdo 2.2.2.2 Circolazione interna biglietteria	
3. Informazioni	2.3 Disponibilità biglietteria	2.3.2 Acquisto fuori rete		
	3.1 Informazioni generali	3.1.3 Su fonti d'informazione		
		3.2.2 Identificazione del punto di p/a		
		3.2.4 Su tragitto	3.2.4.1 Info su tragitto a bordo	
			3.2.4.2 Info su tragitto all'approdo	
			3.2.4.3 Info tragitto su internet	
		3.2.5 Su Orario all'approdo	3.2.5.1 Info su orario all'approdo	
3.2.5.2 Info su orario su internet				
3.2.6 Su tariffe	3.2.6.1 Info su tariffe all'approdo			
	3.2.6.2 Info su tariffe su internet			
4. Tempo	4.2 Rispetto dell'orario	4.2.1 Regolarità		
5. Attenzione al cliente	5.3 Personale	5.3.1 Disponibilità	5.3.1.1 Disponibilità personale biglietteria 5.3.1.2 Disponibilità personale viaggiante	
		5.3.3 Competenze	5.3.3.1 Competenze personale biglietteria	
		5.3.4 Aspetto	5.3.4.1 Aspetto personale biglietteria	
			5.3.4.2 Aspetto personale viaggiante	
6. Comfort	6.4 Condizioni ambientali	6.4.1 Ambiente		
		6.4.3 Pulizia	6.4.3.1 Pulizia approdo	
	6.4.3.2 Pulizia del mezzo			
6.4.3.3 Pulizia punto vendita				
7. Sicurezza	7.2 Prevenzione incidenti	7.2.1 Presenza/visibilità di supporti approdo		
	7.3 Gestione delle emergenze	7.3.1 Strutture e piani		
8. Impatto ambientale	8.1 Inquinamento	8.1.2 Rumore		
		8.1.4 Vibrazioni		
		8.1.6 Cattivi odori		
		8.1.7 Cestini per la raccolta differenziata		

Tabella 3.1 - Selezione degli indicatori di qualità per il servizio di battello

Gli indicatori di qualità selezionati per il servizio rapido sono riportati in Tabella 3.2 - Selezione degli indicatori di qualità per il servizio rapido

Livello 1 (EN13816)	Livello 2 (EN13816)	Livello 3 (EN13816)	Livello 4 (esplicitato dall'Azienda)	
1. Disponibilità	1.3 Operatività	1.3.2 Frequenza		
2. Accessibilità	2.2 Interfaccia interna	2.2.1 Entrate/uscite		
		2.2.2 Circolazione interna	2.2.2.1 Circolazione interna approdo 2.2.2.2 Circolazione interna biglietteria	
	2.3 Disponibilità biglietteria	2.3.2 Acquisto fuori rete		
3. Informazioni	3.2 Informazioni di viaggio in condizioni normali	3.1 Informazioni generali		
		3.1.3 Su fonti d'informazione		
		3.2.2 Identificazione del punto di p/a		
		3.2.4 Su tragitto	3.2.4.1 Info su tragitto a bordo	
			3.2.4.2 Info su tragitto all'approdo	
			3.2.4.3 Info tragitto su internet	
		3.2.5 Su Orario all'approdo	3.2.5.1 Info su orario all'approdo 3.2.5.2 Info su orario su internet	
3.2.6 Su tariffe	3.2.6.1 Info su tariffe all'approdo 3.2.6.2 Info su tariffe su internet			
4. Tempo	4.2 Rispetto dell'orario	4.2.1 Regolarità		
5. Attenzione al cliente	5.3 Personale	5.3.1 Disponibilità	5.3.1.1 Disponibilità personale biglietteria 5.3.1.2 Disponibilità personale viaggiante	
		5.3.3 Competenze	5.3.3.1 Competenze personale biglietteria	
		5.3.4 Aspetto	5.3.4.1 Aspetto personale biglietteria	
			5.3.4.2 Aspetto personale viaggiante	
6. Comfort	6.4 Condizioni ambientali	6.4.1 Ambiente		
		6.4.3 Pulizia	6.4.3.1 Pulizia approdo 6.4.3.2 Pulizia del mezzo 6.4.3.3 Pulizia punto vendita	
	6.5 Servizi aggiuntivi	6.5.1 Servizi igienici		
7. Sicurezza	7.2 Prevenzione incidenti	7.2.1 Presenza/visibilità di supporti approdo		
	7.3 Gestione delle emergenze	7.3.1 Strutture e piani		
8. Impatto ambientale	8.1 Inquinamento	8.1.2 Rumore		
		8.1.4 Vibrazioni		
		8.1.6 Cattivi odori		
		8.1.7 Cestini per la raccolta differenziata		

Tabella 3.2 - Selezione degli indicatori di qualità per il servizio rapido

Gli indicatori di qualità selezionati per il servizio di traghetto sono riportati in Tabella 3.3 - Selezione degli indicatori di qualità per il servizio di traghetto

Livello 1 (EN13816)	Livello 2 (EN13816)	Livello 3 (EN13816)	Livello 4 (esplicitato dall'Azienda)
1. Disponibilità	1.3 Operatività	1.3.2 Frequenza	
2. Accessibilità	2.2 Interfaccia interna	2.2.1 Entrate/uscite	
		2.2.2 Circolazione interna	2.2.2.1 Circolazione interna approdo 2.2.2.2 Circolazione interna biglietteria
3. Informazioni	2.3 Disponibilità biglietteria	2.3.2 Acquisto fuori rete	
	3.1 Informazioni generali	3.1.3 Su fonti d'informazione	
		3.2.2 Identificazione del punto di p/a	
	3.2 Informazioni di viaggio in condizioni normali	3.2.4 Su tragitto	3.2.4.2 Info su tragitto all'approdo 3.2.4.3 Info tragitto su internet
		3.2.5 Su Orario all'approdo	3.2.5.1 Info su orario all'approdo 3.2.5.2 Info su orario su internet
		3.2.6 Su tariffe	3.2.6.1 Info su tariffe all'approdo 3.2.6.2 Info su tariffe su internet
4. Tempo	4.2 Rispetto dell'orario	4.2.1 Regolarità	
5. Attenzione al cliente	5.3 Personale	5.3.1 Disponibilità	5.3.1.1 Disponibilità personale biglietteria 5.3.1.2 Disponibilità personale viaggiante
		5.3.3 Competenze	5.3.3.1 Competenze personale biglietteria
		5.3.4 Aspetto	5.3.4.1 Aspetto personale biglietteria 5.3.4.2 Aspetto personale viaggiante
6. Comfort	6.4 Condizioni ambientali	6.4.1 Ambiente	
		6.4.3 Pulizia	6.4.3.1 Pulizia approdo 6.4.3.2 Pulizia del mezzo 6.4.3.3 Pulizia punto vendita
	6.5 Servizi aggiuntivi	6.5.1 Servizi igienici	
7. Sicurezza	7.2 Prevenzione incidenti	7.2.1 Presenza/visibilità di supporti approdo	
	7.3 Gestione delle emergenze	7.3.1 Strutture e piani	
8. Impatto ambientale	8.1 Inquinamento	8.1.2 Rumore	
		8.1.4 Vibrazioni	
		8.1.6 Cattivi odori	
		8.1.7 Cestini per la raccolta differenziata	

Tabella 3.3 - Selezione degli indicatori di qualità per il servizio di traghetto

3.3. Livelli di conseguimento degli obiettivi e situazioni inaccettabili

Livello 1 (EN13816)	Livello 2 (EN13816)	Livello 3 (EN13816)	Livello 4 (esplicitato dall'Azienda)	Livello di conseguimento degli obiettivi	Situazione inaccettabile
1. Disponibilità	1.3 Operatività	1.3.2 frequenza		Il 99,9% delle corse rispetta la frequenza prevista da programma	L'Azienda non ripristina corse interrotte o non effettuate per cause interne
2. Accessibilità	2.2 Interfaccia interna	2.2.1 Entrate/uscite	2.2.2.1 Circolazione interna approdo	L'85% delle motonavi è accessibile per persone a ridotta capacità motoria	Le motonavi non agevolano l'entrata o l'uscita delle persone a ridotta capacità motoria
		2.2.2 Circolazione interna	2.2.2.2 Circolazione interna biglietteria	L'80% degli approdi risultano di facile accesso anche a passeggeri ipovedenti o con moderata disabilità motoria	L'approdo non è affatto accessibile a ipovedenti o passeggeri con moderata disabilità motoria
	2.3 Disponibilità biglietteria	2.3.2 Acquisto fuori rete		L'80% delle biglietterie risultano di facile accesso anche a passeggeri ipovedenti o con moderata disabilità motoria	Il punto vendita non è affatto accessibile a ipovedenti o passeggeri con moderata disabilità motoria
3. Informazioni	3.1 Informazioni generali	3.1.3 Su fonti d'informazione		Il 95% degli approdi espongono tutte le informazioni previste dagli standard aziendali	Le rivendite non hanno in dotazione le tipologie di titolo di viaggio più comuni (corsa semplice ed abbonamenti)
	3.2 Informazioni di viaggio in condizioni normali	3.2.2 Identificazione del punto di p/a		Il 95% degli approdi espongono le informazioni che identificano l'approdo stesso	Non sono presenti all'approdo almeno le informazioni essenziali sui contatti con l'azienda o il servizio (ad esempio: no palo di fermata, no call center)
		3.2.4.1 A bordo		L'80% dei mezzi è dotato di sistema di avviso acustico di informazione sullo scalo successivo funzionante	Non sono presenti all'approdo informazioni che lo identificano quale fermata per i servizi di navigazione
		3.2.4 Su tragitto	3.2.4.2 All'approdo	Il 95% degli approdi è dotato di informazioni relative al tragitto delle linee in transito	il mezzo non è dotato di sistema di avviso acustico
			3.2.4.3 Su internet	Nel 95% dei casi l'utente è in grado di reperire on line le informazioni sulle tratte del servizio	le informazioni non sono presenti o non aggiornate
			3.2.5.1 All'approdo	Il 95% degli approdi è dotato di informazioni relative all'orario delle linee in transito	Le informazioni non sono presenti o non aggiornate
			3.2.5.2 Su internet	Nel 95% dei casi l'utente è in grado di reperire on line le informazioni sugli orari del servizio di navigazione	Le informazioni non sono presenti o non aggiornate
			3.2.6.1 All'approdo	Il 95% degli approdi è dotato di informazioni relative alle tariffe	Le informazioni non sono presenti o non aggiornate
		3.2.6.2 Su internet	Nel 95% dei casi l'utente è in grado di reperire on line le informazioni sulle tariffe applicate al servizio	Le informazioni non sono presenti o non aggiornate	
	4. Tempo	4.2 Rispetto dell'orario	4.2.1 Regolarità		Il 99,80% delle corse viene effettuato regolarmente
5. Attenzione al cliente	5.3 Personale	5.3.1 Disponibilità	5.3.1 Disponibilità personale biglietteria	L'80% dei Clienti fruisce di un servizio cortese e disponibile	Il personale viaggiante non è disponibile con il Cliente
			5.3.1 Disponibilità personale viaggiante	L'80% dei Clienti fruisce di un servizio cortese e disponibile	Il personale viaggiante non è disponibile con il Cliente
		5.3.3 Competenze	5.3.3 Competenze personale biglietteria	L'80% dei Clienti dispone delle informazioni richieste	Il personale è manifestatamente scorretto con un viaggiatore
		5.3.4 Aspetto	5.3.4 Aspetto personale biglietteria	L'80% dei Clienti ritiene riconoscibile il personale	Il personale non indossa affatto la divisa e non si rende riconoscibile ai Clienti
5.3.4 Aspetto personale viaggiante	L'80% dei Clienti ritiene riconoscibile il personale		Il personale non indossa affatto la divisa e non si rende riconoscibile ai Clienti		

6. Comfort	6.4 Condizioni ambientali	6.4.1 Ambiente	L'80% dei Clienti dispone di ambiente salubre e con temperatura adeguata negli spazi interni	Il mezzo non è dotato di sistema di condizionamento ambientale	
		6.4.3 Pulizia	6.4.3 Pulizia approdo	L'80% degli approdi risultano ordinati e puliti	Il Cliente sporca o danneggia i propri effetti personali a causa della mancata pulizia
			6.4.3 Pulizia del mezzo	L'80% dei mezzi risultano ordinati e puliti	Il Cliente sporca o danneggia i propri effetti personali a causa della mancata pulizia
			6.4.3 Pulizia punto vendita	L'80% dei punti vendita aziendali risultano ordinati e puliti	Il Cliente sporca o danneggia i propri effetti personali a causa della mancata pulizia
	6.5 Servizi aggiuntivi	6.5.1 Servizi igienici	L'80% dei servizi igienici a bordo risultano ordinati e puliti	I servizi igienici non sono accessibili per mancata pulizia	
7.2 Prevenzione incidenti	7.2.1. Presenza/visibilità di supporti approdo	Il 100% degli approdi sono dotati di supporti per la sicurezza della persona (e.g. parapetti)	Gli approdi non sono dotati di supporti per la sicurezza		
7.3 Gestione delle emergenze	7.3.1 Strutture e piani	Il 100% dei mezzi espone i piani di emergenza	Non sono presenti a bordo i piani di emergenza		
8. Impatto ambientale	8.1 Inquinamento	8.1.2 Rumore	L'80% dei Clienti fruisce di ambienti interni al mezzo ben isolati acusticamente	Non vi sono isolamenti acustici interno-esterno	
		8.1.4 Vibrazioni	L'80% dei Clienti fruisce di ambienti non soggetti a vibrazioni del motore fastidiosi	Le vibrazioni del motore non consentono il comfort di viaggio	
		8.1.6 Cattivi odori	L'80% dei Clienti fruisce di ambienti interni al mezzo non soggetti alla presenza di cattivi odori dovuti agli scarichi dei motori e alla pulizia dei servizi igienici	I cattivi odori presenti negli ambienti interni non consentono di fruire degli ambienti interni stessi	
		8.1.7 Cestini per la raccolta differenziata	L'80% delle motonavi è dotata di appositi cestini per la raccolta differenziata dei rifiuti	Non sono presenti cestini per la raccolta differenziata a bordo mezzo	

Tabella 3.3 - Livello di conseguimento degli obiettivi e situazioni inaccettabili

3.4. Aree di competenza per le azioni correttive

La progettazione delle azioni per il miglioramento della qualità deve essere differenziata in relazione alle aree di competenza diretta o indiretta sulla componente di servizio erogato:

- **Aree di competenza diretta:** è l'insieme di elementi che dipendono esclusivamente da processi, procedimenti e decisioni di fonte aziendale e pertanto l'Azienda è in grado di prevedere azioni in forma autonoma. Fanno parte di questa area i seguenti esempi:
 - Frequenza della pulizia ordinaria e straordinaria dei mezzi;
 - Modello e dotazioni dei natanti adoperati per l'erogazione del servizio;
 - Frequenza della manutenzione ordinaria e straordinaria;
 - Formazione del personale (viaggiante, di rapporto con il pubblico, ecc.)
 - Canali di vendita dei titoli di viaggio (online, via sms, a bordo mezzo, ecc.)
 - Definizione dei percorsi di linea;
 - Frequenza delle corse e fascia oraria di disponibilità del servizio;
 - Livelli tariffari;
 - Informazioni alla clientela;
 - Anzianità del parco mezzi;
- **Aree di competenza indiretta:** è l'insieme di elementi che non dipendono esclusivamente dall'Azienda ma anche (e talvolta soprattutto) altri soggetti:
 - Localizzazione e dotazione base delle fermate.



Metodologia di rilevazione e valutazione della qualità

La misura della qualità del servizio è effettuata secondo le metodologie previste nella Normativa EN13816, ciascuna relativa al proprio ambito di applicazione:

- Lato cliente, tramite Indagini di Customer Satisfaction (ICS);
- Lato Azienda, tramite Indagini di Mystery Client (IMC) e Misure Dirette delle Prestazioni (MDP).

4.1. Misurazione della qualità attesa

La qualità attesa è il livello di qualità esplicitamente o implicitamente richiesto dal Cliente. La qualità attesa dal Cliente è l'obiettivo cui tendere, compatibilmente con i vincoli normativi, economici e di bilancio.

4.1.1. Metodo di rilevazione della qualità attesa

La rilevazione della qualità attesa è effettuata, come previsto relativamente agli aspetti *Lato Cliente*, tramite Indagine di *Customer Satisfaction*.

Nel corso dell'intervista il Cliente è chiamato ad esprimere un voto di importanza da 1 (nessuna importanza) a 10 (massima importanza) rispetto ad alcuni indicatori caratterizzanti il servizio. Stabilire una soglia di importanza, ovvero un valore che separi ciò che per il passeggero è fortemente importante da ciò che lo è di meno, è necessario perché, in generale, per i clienti la maggior parte degli indicatori legati al servizio presenta una notevole importanza. In particolare, in accordo alla letteratura, si è deciso di stabilire il valore 8 come limite minimo di importanza dell'indicatore, vale a dire tutti i parametri il cui punteggio di importanza è inferiore ad 8, per ogni singolo passeggero intervistato, vengono considerati (relativamente) meno importanti.

4.1.2. Metodo di misurazione della qualità attesa

A partire dalle indagini campionarie condotte su un campione di passeggeri della linea in esame, si calcola il numero dei passeggeri intervistati per il quale l'indicatore è risultato importante. Rapportando tale numero a quello totale dei passeggeri che hanno espresso un voto da 1 a 10, si ottiene la percentuale di utenti per cui il criterio è importante (indicata con P_i).

In formule, dato un generico passeggero j , intervistato su una generica linea nel corso del periodo delle rilevazioni, P_i si ottiene dalla equazione:

$$P_i = \frac{\sum_{j=1}^m k_j}{m} * 100$$

Equazione 1: Percentuale di utenti per cui l'indicatore è importante

Dove;

- m rappresenta il numero di passeggeri intervistati;
- k_j rappresenta una variabile binaria che vale 1 se il passeggero ha espresso un voto sull'importanza dell'indicatore maggiore o uguale a 8, vale 0 in caso contrario;



4.1.3. Numerosità delle interviste da effettuare

Per ciascuna campagna di indagine (qualora si proceda in due campagne di misurazione/rilevamento annuali) si prevede che debbano essere condotte almeno 100 interviste dirette alla clientela per ciascun bacino/lago (a bordo mezzo o all'approdo) finalizzate alla rilevazione della qualità attesa. Qualora si proceda con una sola campagna di rilevamento devono essere condotte, al minimo, 200 interviste dirette alla clientela per ciascun bacino/lago. In generale, non risulta significativo un campionamento inferiore alle 200 interviste/anno per ciascun bacino/lago.

4.2. Misurazione della qualità erogata

La qualità erogata può essere monitorata tramite due tipologie di indagine/misurazione, tra loro complementari:

- Indagine di Mystery Client (IMC)
- Misure Dirette delle Prestazioni

4.2.1. Indagini di Mystery Client (IMC)

Il Mystery Client è uno strumento di indagine e di valutazione della qualità dei servizi erogati:

- non è influenzato dalla soggettività del giudizio (percezione e non dato reale);
- non risente dell'effetto memoria del cliente;
- non risente della diversa sensibilità del cliente;
- non è influenzato dal momento in cui viene fatta la rilevazione (es: stato d'animo del cliente intervistato, influenza "del sentito dire").

Il "Cliente Misterioso" usufruisce di tutti i servizi erogati (e valutati) come se fosse un normale cliente, tuttavia nell'interagire con gli operatori e nel fruire del servizio osserva alcune situazioni e valuta alcuni parametri assegnando un punteggio per ciascuno di essi su un'apposita scheda.

Il Cliente Misterioso è un rilevatore che in fase di progettazione dell'indagine riceve una formazione specifica e risulta idoneo alla misurazione oggettiva dei parametri predisposti da osservare e da riportare sulle schede di valutazione di cui è dotato durante i monitoraggi sul campo.

Le schede di indagine riportano tutti gli indicatori ed i riferimenti utili ad esprimere la valutazione in modo più oggettivo possibile.

4.2.1.1. Numerosità delle osservazioni da effettuare

Il monitoraggio indaga tutte le aree informative e di servizio prevede, per ciascuna campagna di rilevazione:

- Almeno 10 fermate
- Almeno 10 corse
- Almeno 10 punti vendita

e comunque non meno di 25 osservazioni annue per ciascuna area informativa e di servizio.

Le indagini relative alle fermate sono effettuate a prescindere dall'effettivo proprietario delle stesse (Ente Pubblico od Azienda), in linea con il punto di vista del Cliente.



4.2.1.2. Item monitorati e modalità di rilevamento e valutazione

In riferimento alla Tabella 3.1 - Selezione degli indicatori di qualità, alla Tabella 3.2 - Selezione degli indicatori di qualità per il servizio rapido

Parallelamente ad essi è possibile condurre una campagna di rilevazione più ampia, tale da mantenere sotto osservazione un numero di indicatori più cospicuo.

Per quanto concerne gli indicatori relativi ai punti vendita e agli approdi il monitoraggio della qualità erogata è stato effettuato a livello di lago (Como, Garda e Maggiore) ed è indifferenziato rispetto alla tipologia di servizio; gli indicatori interessati dalla nuova modalità di calcolo sono:

- 2.2.2.1 Circolazione interna approdo
- 2.2.2.2 Circolazione interna biglietteria
- 2.3.2 Acquisto fuori rete
- 3.1.3 Su fonti di informazione
- 3.2.2 Identificazione del punto p/a
- 3.2.4.2 Su tragitto all'approdo
- 3.2.5 Su orario all'approdo
- 3.2.6 Su tariffe
- 5.3.1.1 Disponibilità personale di biglietteria
- 5.3.3.1 Competenza personale di biglietteria
- 5.3.4.1 Aspetto personale di biglietteria
- 6.4.3.1 Pulizia approdo
- 6.4.3.3 Pulizia punto vendita
- 7.2.1 Presenza/visibilità di supporti approdo

4.2.1.2.1. 2.2.1 Entrate/uscite

Il cliente misterioso effettua indagini volte a verificare l'accessibilità alla nave, relativamente alle persone disabili, tramite scivolo di accesso dalla passarella. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che almeno l'85% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.2. 2.2.2.1 Circolazione interna approdo

Il cliente misterioso valuta la facilità di accesso all'approdo per le persone a ridotta capacità motoria e per le persone ipovedenti. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".



Si deve assicurare che almeno l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero l'accessibilità all'approdo non sia ostacolata in nessuna maniera.

4.2.1.2.3. 2.2.2.2 Circolazione interna biglietteria

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio relativamente all'accessibilità di persone con disabilità motorie all'interno della biglietteria. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che almeno l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero l'accessibilità alla biglietteria non sia ostacolata in nessuna maniera.

4.2.1.2.4. 2.3.2 Acquisto fuori rete

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione all'accessibilità effettuando

- verifiche sulla buona conoscenza del servizio da parte dell'operatore
- verifiche sulla presenza degli orari di apertura delle biglietterie.

Gli indicatori sono pertanto rilevati con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 100% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che l'operatore abbia un'ottima conoscenza del servizio e siano sempre presenti gli orari di apertura delle biglietterie.

4.2.1.2.5. 3.1.3 Su fonti di informazione

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione alle informazioni generali presenti in fermata. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No" e i singoli elementi sottoposti a valutazione sono la presenza di:

- Logo
- Presenza informazioni di contatto con l'azienda
- Presenza informazioni per inoltrare reclami
- Presenza regolamento di viaggio
- Presenza e funzionamento del QR code (*Quick Response Code*)

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero si abbia un'area informativa adeguata.

4.2.1.2.6. 2.2.2 Identificazione del punto di p/a

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione all'informazione verificando la presenza e la facilità di identificazione del nome dell'approdo. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che sia sempre chiaro il nome dell'approdo.

4.2.1.2.7. 3.2.4.1 Su tragitto a bordo

Il Cliente Misterioso appura che a bordo nave siano presenti segnali acustici che informano dello scalo successivo. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.8. 3.2.4.2 Su tragitto all'approdo

Il Cliente Misterioso verifica che all'approdo siano presenti informazioni relative alle destinazioni raggiungibili. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la clientela sia informata in maniera adeguata sulle diverse rotte.



4.2.1.2.9. 3.2.4.3 Su tragitto su internet

Il Cliente Misterioso verifica che sul sito internet www.navigazioneelaghi.it siano presenti informazioni relative alle tratte effettuate dalle motonavi. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la clientela sia informata in maniera adeguata sulle diverse rotte.

4.2.1.2.10. 3.2.5.1 Su orario all'approdo

Il Cliente Misterioso riscontra la presenza, all'approdo, di informazioni relative agli orari di partenza/arrivo delle motonavi e che tali orari siano aggiornati. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la clientela sia informata in maniera adeguata sulle diverse rotte.

4.2.1.2.11. 3.2.5.2 Su orario su internet

Il Cliente Misterioso verifica che sul sito internet www.navigazioneelaghi.it siano presenti informazioni relative agli orari di transito delle motonavi e che tali orari siano aggiornati. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la clientela sia informata in maniera adeguata sulle diverse rotte.

4.2.1.2.12. 3.2.6.1 Su tariffe all'approdo

Il Cliente Misterioso riscontra la presenza, all'approdo, di informazioni relative alle tariffe in vigore. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la clientela sia informata in maniera appropriata sulle tariffe vigenti.

4.2.1.2.13. 3.2.6.2 Su tariffe su internet

Il Cliente Misterioso verifica che sul sito internet www.navigazioneelaghi.it siano presenti informazioni relative alle tariffe in vigore. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 95% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la clientela sia informata in maniera appropriata sulle tariffe vigenti.

4.2.1.2.14. 5.3.1 Disponibilità del personale viaggiante

Il Cliente Misterioso valuta la cordialità, la disponibilità e l'educazione dei marinai nei confronti della clientela, nonché la loro conoscenza del servizio. In particolare, si verifica che il marinaio fornisca informazioni chiare e precise e parli positivamente dell'azienda. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che almeno l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme ovvero il personale di bordo si relazioni con la clientela in maniera disponibile e cortese.

4.2.1.2.15. 5.3.1 Disponibilità del personale di biglietteria

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione all'attenzione al cliente, con particolare riferimento alla disponibilità del personale addetto alla vendita dei titoli di viaggio. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che almeno l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme ovvero il personale addetto alla vendita dei titoli di viaggio si relazioni con la clientela in maniera disponibile e cortese.



4.2.1.2.16. 5.3.3 Competenze del personale di biglietteria

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione all'attenzione al cliente, con particolare riferimento alle competenze del personale addetto alla vendita dei titoli di viaggio. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.17. 5.3.4 Aspetto personale di biglietteria

Il cliente misterioso effettua indagini volte a verificare la presenza dell'uniforme del personale di biglietteria; si valuta, in particolare, la presenza della divisa aziendale e del tesserino di riconoscimento. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che il personale sia riconoscibile e vestito idoneamente.

4.2.1.2.18. 5.3.4 Aspetto personale viaggiante

Il cliente misterioso controlla che il personale viaggiante indossi la divisa aziendale (pantaloni, camicia, cappello) ed il tesserino di riconoscimento. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che il personale sia riconoscibile e vestito in maniera appropriata.

4.2.1.2.19. 6.4.1 Ambiente

Il cliente misterioso effettua delle rilevazioni allo scopo di determinare l'idoneità e la gradevolezza della temperatura all'interno della motonave. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che la temperatura a bordo mezzo sia adeguata.

4.2.1.2.20. 6.4.3 Pulizia dell'approdo

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione al comfort, con particolare riferimento al livello di pulizia dell'approdo. Vengono valutate principalmente due microaree:

- il livello di manutenzione della struttura e
- la pulizia interna.

Gli indicatori sono rilevati con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.21. 6.4.3 Pulizia del mezzo

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione al comfort, con particolare riferimento al livello di pulizia della motonave. In particolare, vengono considerate le seguenti microaree:

- a) Pulizia esterna:
 - Stato di conservazione e manutenzione dell'esterno dell'imbarcazione
 - Ponti esterni: scale
 - Ponti esterni: parapetti
 - Ponti esterni: ponti
 - Ponti esterni: sedili (non macchiati, non scritti)
 - Stato esterni: cestino dei rifiuti (puliti e con sufficiente spazio per deporre i rifiuti)
- b) Pulizia interna



- Stato interno: pavimentazione
- Stato interno: vetri (visibilità verso l'esterno)
- Stato interno: scale e corrimano
- Stato interno: sedili interni (non macchiati, non scritti)
- Stato interno: cestino dei rifiuti: (puliti e con sufficiente spazio per deporre i rifiuti)

Gli indicatori sono rilevati con valore "Sì/No". La pulizia esterna costituisce il 40% del valore totale, mentre la pulizia interna rappresenta il restante 60%.

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.22. 6.4.3 Pulizia punto vendita

Il Cliente Misterioso verifica lo stato di pulizia del punto vendita (biglietterie) considerando due microaree:

- Pavimentazione pulita e ben tenuta
- Attrezzatura della biglietteria (bancone, vetri, etc.)

Gli indicatori sono rilevati con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.23. 6.5.1 Servizi igienici

Il Cliente Misterioso valuta l'accessibilità e la pulizia dei servizi igienici a bordo nave. Si valuta in particolare l'esistenza di strutture di ausilio atte allo scopo. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme.

4.2.1.2.24. 7.2.1.2 Presenza visibilità di supporti approdo

Il Cliente Misterioso verifica la presenza di parapetti all'approdo per evitare la caduta accidentale in acqua dei passeggeri. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 100% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che siano presenti i parapetti nelle zone a maggiore pericolosità.

4.2.1.2.25. 7.3.1 Strutture e piani

Il Cliente Misterioso effettua delle osservazioni a bordo nave volte a verificare la presenza di avvisi e disposizioni di comportamento da attuare in caso di emergenza (e.g. piano di evacuazione). L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che il 100% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che i piani di evacuazione ed altri eventuali documenti di sicurezza siano presenti a bordo nave.

4.2.1.2.26. 8.1.2 Rumore

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione all'impatto ambientale derivante dal funzionamento dei mezzi, con particolare riferimento alla fastidiosità prodotta dall'impianto motore. L'indicatore è rilevato con valore "Sì/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che il rumore non sia troppo fastidioso durante la navigazione.

4.2.1.2.27. 8.1.4 Vibrazioni

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del servizio in relazione all'impatto ambientale derivante dal funzionamento dei mezzi, con particolare riferimento alla fastidiosità prodotta dalle vibrazioni del motore. L'indicatore è rilevato con valore "Si/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che le vibrazioni non creino eccessivo disturbo durante la navigazione.

4.2.1.2.28. 8.1.6 Cattivi odori

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del comfort in relazione agli odori che si percepiscono all'interno della motonave. L'indicatore è rilevato con valore "Si/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che i cattivi odori sulla motonave non siano presenti.

4.2.1.2.29. 8.1.7 Cestini per la raccolta differenziata

Il Cliente Misterioso valuta la qualità del comfort in relazione alla presenza dei cestini per la raccolta differenziata dei rifiuti. L'indicatore è rilevato con valore "Si/No".

Si deve assicurare che l'80% dei passeggeri benefici di un servizio conforme, ovvero che i cestini siano presenti a bordo mezzo in quantità sufficienti per una corretta differenziazione dei rifiuti.

4.2.1.2.30. Nota metodologica sul calcolo della conformità al servizio

Le microaree che compongono un criterio sono caratterizzate da un peso che indica l'importanza che quel micro-parametro rappresenta per l'utente. Il punteggio totale raggiungibile dalle voci incluse nella valutazione (dato dalla somma dei pesi dei singoli elementi) è compreso fra 0 e 100.

- Se il valore complessivo raggiunto dalle voci è uguale o maggiore di un valore prestabilito, allora il criterio è dichiarato in conformità.
- Se il punteggio è minore del valore prestabilito, il criterio è dichiarato non in conformità

In particolare, il calcolo del *Punteggio* avviene utilizzando la seguente espressione:

$$Punteggi_i = \sum_j W_{ij} \left[100 - \left(\sum_k W_{ik} * 100 \right) \right]$$

Equazione 2: Calcolo del punteggio per stabilire la conformità o meno dell'osservazione

Dove:

- j è l'indice corrispondente alla macroarea;
- k è l'indice corrispondente agli elementi della macroarea;
- r è l'indice della linea monitorata;
- W_{ij} e W_{ik} indicano rispettivamente il peso della macroarea j e degli elementi k corrispondenti relativi all'indicatore i.

I pesi W_{ik} vanno considerati nel calcolo solo nel caso in cui si registrino delle situazioni non regolari.

La percentuale degli utenti che beneficia di un servizio conforme si ottiene dalla seguente equazione:

$$P_c = \frac{\sum_{j=1}^m X_j * P_j}{\sum_{j=1}^m P_j} * 100$$

Equazione 3: Percentuale di utenti che beneficia del servizio di riferimento

Dove;

- m rappresenta il numero di osservazioni condotte;
- X_j rappresenta una variabile binaria che vale 1 se l'osservazione j è conforme oppure 0 se non è conforme;
- P_j il numero di passeggeri presenti a bordo al momento di salita del cliente misterioso per l'osservazione j .

4.2.2. Misure Dirette delle Prestazioni (MDP)

4.2.2.1. Item monitorati e modalità di rilevamento e valutazione

Le Misurazioni Dirette delle Prestazioni sono costituite dall'insieme di informazioni di cui l'Azienda dispone grazie ai propri sistemi interni di monitoraggio del servizio o di gestione delle informazioni, in relazione al campo di applicazione della misurazione stessa.

Le MDP relative al servizio possono avere diverse fonti:

- AVM o altro sistema di monitoraggio della flotta;
- Diario di bordo;
- Settore Manutenzione/Officine;
- Settore Esercizio/Movimento.

Le MDP relative ad altre informazioni sono tipicamente gestite tramite sistemi documentali delle informazioni, quali archivi, registri dei reclami, segnalazioni dei Clienti.

4.2.2.1.1. 1.3.2 frequenza

La misurazione diretta della prestazione verifica che il numero di corse sia rispettato, continuativamente nel tempo, attraverso i sistemi di monitoraggio e gestione della flotta aziendale.

La misurazione avviene verificando che, qualora una corsa abbia avuto impedimenti (fermi in linea, sinistri) essa venga ripristinata tramite l'impiego di mezzo sostitutivo, garantito dalle scorte mezzi presso il deposito più prossimo.

4.2.2.1.2. 4.2.1 regolarità

La regolarità del servizio di trasporto passeggeri è misurata in termini di corse che hanno portato ad un disservizio nei confronti della clientela, quali le corse che hanno subito un sinistro o un fermo in linea. La regolarità è misurata sul valore complessivo annuale di produzione del servizio.

La valutazione dell'indicatore è espressa in percentuale, calcolata secondo la seguente formula:

$$x\% = \frac{1 - \text{numero di corse con sinistro o fermo in linea}}{\text{numero di corse annue programmate}}$$

4.3. Misurazione della qualità percepita

La qualità percepita è il livello di soddisfazione del Cliente in relazione al servizio erogato.

4.3.1. Metodo di rilevazione della qualità percepita

La qualità percepita è rilevata tramite Indagini di Customer Satisfaction, svolte tramite interviste *face - to - face* alla clientela del servizio oggetto di certificazione.

Le interviste possono essere svolte sia a bordo mezzo sia a terra presso le fermate della linea.

4.3.1. Numero di interviste da realizzare

Per ciascuna campagna di indagine (qualora si proceda in due campagne di misurazione/rilevamento annuali) si prevede che debbano essere condotte almeno 100 interviste dirette alla clientela della tratta (a bordo o all'approdo – 200 in caso di unica campagna di monitoraggio) finalizzate alla rilevazione della qualità percepita.

4.3.2. Metodo di misurazione e valutazione della qualità percepita

La soddisfazione della clientela deve essere misurata attraverso l'impiego di un questionario, progettato secondo i seguenti indirizzi:

Ciascuna intervista è suddivisa in tre "Sezioni":

- Dati di struttura (Sesso, fascia d'età, condizione professionale, titolo di studio);
- Caratteristiche dello spostamento (frequenza di viaggio, titolo di viaggio usato, scopo/motivo del viaggio, utilizzo intermodalità, caratterizzazione quale residente o turista);
- Customer Satisfaction.

Il grado di soddisfazione è misurato tramite i voti espressi dai passeggeri su una scala numerica compresa fra 1 (nessuna soddisfazione) e 10 (massima soddisfazione). Analogamente alla misurazione della qualità attesa, anche per la qualità percepita si utilizza una soglia predefinita che separa il livello di soddisfazione da quello di insoddisfazione. In particolare, ogni singolo passeggero intervistato sarà considerato soddisfatto se il voto espresso in relazione al criterio esaminato è maggiore o uguale a 6, sarà considerato insoddisfatto se il voto espresso è inferiore a 6.

A partire dalle indagini campionarie condotte su alcuni passeggeri della linea in esame, si calcola il numero dei passeggeri intervistati che è risultato soddisfatto. Rapportando tale numero a quello totale dei passeggeri che hanno espresso un voto da 1 a 10, si ottiene la percentuale di utenti soddisfatti. In altre parole, dato un generico passeggero j , intervistato su una generica linea, la percentuale degli utenti soddisfatti del servizio di riferimento (P_s) si ottiene dalla equazione:

$$P_s = \frac{\sum_{j=1}^m Y_j}{m} * 100$$

Equazione 4: Percentuale di utenti soddisfatti del servizio di riferimento

Dove:

- m rappresenta il numero di passeggeri intervistati;



- Y_j rappresenta una variabile binaria che vale 1 se il passeggero ha espresso un voto maggiore o uguale a 6, vale 0 in caso contrario.

Nei paragrafi seguenti sono descritte in dettaglio le domande di *Customer Satisfaction*, relative alla qualità attesa e percepita degli indicatori facenti parte del set individuato in Tabella 3.1 - Selezione degli indicatori di qualità.

In relazione al calcolo dei passeggeri per i quali il criterio esaminato riveste una elevata importanza e dei passeggeri che si ritengono soddisfatti del servizio, vengono utilizzate per tutti gli indicatori rilevati le formule indicate nei paragrafi precedenti (Equazione 1 e Equazione 4).

4.3.2.1. 1.3.2 Frequenza

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio relativo all'importanza che la frequenza/disponibilità di corse della linea riveste nel trasporto pubblico in generale, e quanto si ritenga soddisfatto della stessa in relazione alla linea esaminata. Come evidenziato nei paragrafi precedenti, viene chiesto di indicare, sia l'importanza che la soddisfazione, attraverso una scala di voti compresa tra 1 e 10.

4.3.2.2. 2.2.1 Entrate/uscite

L'intervistato deve esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, che identifichi la sua percezione della qualità del servizio relativamente all'accessibilità al mezzo. La scala di valutazione è compresa tra 0 (accessibilità complicata – ad esempio presenza di scalini o rampe ripide o accessi molto stretti) e 10 (accessibilità facilitata per tutti i passeggeri).

4.3.2.3. 2.2.2 Circolazione interna

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, in merito all'accessibilità, con particolare attenzione rivolta ai passeggeri diversamente abili per le diverse componenti del servizio (a bordo mezzo, in biglietteria, all'approdo). La scala di valutazione è compresa tra 0 (inaccessibile) e 10 (completamente accessibile).

4.3.2.4. 2.3.2 Acquisto fuori rete

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio relativo alla capillarità della rete di vendita di titoli di viaggio, ovvero alla facilità di reperibilità degli stessi, nonché il gradimento sugli orari di apertura delle biglietterie. La scala di valori utilizzabile è sempre la stessa, ovvero un voto compreso tra 1 e 10. Come per tutti gli altri indicatori esaminati, rientrano nella categoria "molto importanti" tutti quei giudizi espressi dall'intervistato che hanno ricevuto un voto di qualità attesa maggiore o uguale a 8 e, un voto di soddisfazione, superiore o uguale a 6.

4.3.2.1. 3.1.3 Su fonti di informazione

Il Cliente è chiamato a valutare la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione alla presenza e all'aggiornamento delle informazioni generali all'approdo (*logo aziendale, codice e descrizione della fermata, indirizzo mail dell'azienda...*). Come per tutti gli indicatori valutati, il valore 1 rappresenta il minimo valore attribuibile all'importanza e alla percezione di questo parametro, 10 rappresenta invece la massima importanza e soddisfazione.

4.3.2.2. 3.2.2 Identificazione del punto di p/a

Il Cliente è chiamato a valutare la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione alla presenza di informazioni relative al punto di arrivo e partenza. La scala utilizzata è compresa tra 1 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).



4.3.2.3. 3.2.4 Su tragitto a bordo

All'utente viene richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e di soddisfazione, sulla presenza a bordo di informazioni inerenti il percorso. La scala di valutazione è compresa tra 0 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.4. 3.2.4 Su tragitto all'approdo

All'intervistato è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, relativo alla presenza e all'aggiornamento delle informazioni sul tragitto all'approdo (*elenco delle rotte*). La scala di valutazione è compresa tra 0 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.1. 3.2.4 Su tragitto su internet

All'intervistato è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, relativo alla presenza e all'aggiornamento delle informazioni sul tragitto su internet in termini di pianificazione del servizio. La scala di valutazione è compresa tra 0 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.2. 3.2.5 Su orario approdo

Al Cliente è richiesto di valutare il livello di importanza e la propria soddisfazione in relazione alla presenza e all'aggiornamento delle informazioni sull'orario/frequenza del servizio presenti in fermata. La scala di valutazione è compresa tra 0 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.3. 3.2.5 Su orario su internet

All'intervistato è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, relativo alla presenza e all'aggiornamento delle informazioni sugli orari on line. La scala di valutazione è compresa tra 0 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.4. 3.2.6 Su tariffe

Il Cliente è chiamato a valutare la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione alla presenza di informazioni relative alle tariffe in vigore. La scala utilizzata è compresa tra 1 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.5. 3.2.6 Su tariffe su internet

All'intervistato è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, relativo alle informazioni sulle tariffe e sulle modalità di acquisto dei titoli di viaggio. La scala di valutazione è compresa tra 0 (nessuna informazione) e 10 (informazioni complete).

4.3.2.6. 4.2.1 Regolarità

L'intervistato è chiamato ad esprimere un giudizio, di qualità attesa e di qualità percepita, relativo alla regolarità del servizio di trasporto, inteso quale espletamento di tutte le corse, utilizzando una scala di valori compresa tra 1 e 10.

4.3.2.7. 5.3.1 Disponibilità

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio (in una scala da 1 a 10) sull'importanza e la soddisfazione nei confronti della disponibilità del personale addetto alla vendita dei titoli di viaggio, ovvero in riferimento alla cortesia nei confronti della clientela (*atteggiamento, tono di voce...*).

4.3.2.1. 5.3.3 Competenze

Il Cliente è chiamato a valutare la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione alle competenze del personale addetto alla vendita dei titoli di viaggio, intesa come conoscenza del servizio (*informazioni chiare, esaustive...*). La scala di valori utilizzabile è sempre la stessa, ovvero un voto compreso tra 1 e 10.



4.3.2.2. 5.3.4 Aspetto

All'intervistato è chiesto di valutare, sia in termini di importanza che in termini di gradimento, l'aspetto del personale (utilizzo della divisa aziendale). La scala di valutazione è compresa tra 1 (abbigliamento non consona al servizio) e 10 (abbigliamento idoneo).

4.3.2.3. 6.4.1 Ambiente

Il Cliente intervistato valuta la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione all'impatto ambientale derivante dal funzionamento dei mezzi, con particolare riferimento alla temperatura percepita a bordo mezzo. La scala di valutazione è compresa tra 1 (non idonea, troppo calda/fredda) e 10 (idonea).

4.3.2.4. 6.4.3 Pulizia approdo

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio sulla qualità del servizio (attesa e percepita) relativamente alla pulizia dell'approdo nel suo complesso. La scala utilizzata è compresa tra 1 (molto sporco) a 10 (molto pulito)

4.3.2.5. 6.4.3 Pulizia del punto vendita

Il Cliente è chiamato a valutare la qualità del servizio con particolare riferimento al livello di pulizia delle biglietterie. Come per tutti gli indicatori valutati, il valore 1 rappresenta il minimo valore attribuibile all'importanza e alla percezione di questo parametro, 10 rappresenta invece la massima importanza e soddisfazione.

4.3.2.6. 6.4.3 Pulizia del mezzo

All'intervistato è richiesto di rivelare l'importanza e la soddisfazione relative alle condizioni di pulizia dello spazio esterno delle navi (in particolare i ponti) contestualmente a quello interno. Si utilizza, come per gli altri parametri, una scala crescente da 0 (pessima pulizia generale) a 10 (pulizia eccellente).

4.3.2.7. 7.2.1 Presenza/visibilità di supporti

Il cliente intervistato esprime un giudizio, di importanza e soddisfazione, in riferimento alla presenza e alla visibilità di supporti che permettano l'accessibilità in sicurezza all'approdo. La scala di valutazione è compresa tra 0 e 10.

4.3.2.8. 6.5.1 Servizi igienici

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, in merito alla pulizia dei servizi igienici. La scala di valutazione è compresa tra 1 (Servizi igienici non agibili) e 10 (servizi igienici puliti).

4.3.2.9. 7.3.1 Piani di emergenza

Al Cliente è richiesto di esprimere un giudizio (su scala da 1 a 10) relativo alla qualità attesa e percepita nei confronti della presenza a bordo nave di informazioni sui piani di emergenza (piani di evacuazione).

4.3.2.10. 8.1.2 Rumore

Il Cliente intervistato valuta la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione all'impatto ambientale derivante dal funzionamento dei mezzi, con particolare riferimento ai livelli di rumore prodotte dal motore della motonave. Come evidenziato nei paragrafi precedenti, viene chiesto di indicare, sia l'importanza che la soddisfazione, attraverso una scala di voti compresa tra il minimo valore 1 e il massimo valore 10

4.3.2.11. 8.1.4 Vibrazioni

Il Cliente intervistato valuta la qualità del servizio (attesa e percepita) in relazione all'impatto ambientale derivante dal funzionamento dei mezzi, con particolare riferimento all'intensità delle vibrazioni prodotte dal motore dell'imbarcazione. Come evidenziato nei paragrafi precedenti, viene chiesto di indicare, sia l'importanza che la soddisfazione, attraverso una scala di voti compresa tra il minimo valore 1 (vibrazioni estremamente fastidiose) e il massimo valore 10 (nessuna percezione delle vibrazioni).



4.3.2.12. 8.1.6 Cattivi odori

All'intervistato è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, relativo alla presenza di cattivi odori all'interno della motonave; il valore 1 rappresenta la minima importanza e soddisfazione, 10 rappresenta invece il massimo valore attribuibile all'importanza e alla percezione di questo parametro.

4.3.2.13. 8.1.7 Cestini per la raccolta differenziata

All'intervistato è richiesto di esprimere un giudizio, di importanza e soddisfazione, relativo alla presenza dei cestini per la raccolta differenziata dei rifiuti a bordo della motonave; il valore 1 rappresenta la minima importanza e soddisfazione, 10 rappresenta invece il massimo valore attribuibile all'importanza e alla percezione di questo parametro.

4. Applicazione del ciclo della qualità

Il ciclo della qualità, come riportato in Figura 4.1 – Ciclo della qualità, permette *in primis* di connettere il punto di vista del cliente con il punto di vista del gestore del servizio ed in seconda analisi di misurare le differenze tra i diversi aspetti della qualità.



Figura 4.1 – Ciclo della qualità

Lo scopo della Normativa EN13816:2002 è la riduzione dei GAP tra i diversi aspetti e punti di vista della qualità; pertanto, risulta di estrema rilevanza il calcolo degli stessi e l'applicazione di eventuali misure correttive degli aspetti del servizio coinvolti.

5.1. I GAP della qualità

Ogni GAP, ovvero differenza, tra due aspetti di qualità misurato sulla base delle valutazioni di ogni singolo indicatore descritte nel Capitolo 4 Metodologia di rilevazione e valutazione della qualità:

- GAP1: esprime la differenza tra la qualità progettata e la qualità attesa ed è calcolato $Q.P. - Q.A.$. La differenza calcolata esprime la capacità dell'Azienda di recepire le indicazioni della Clientela.
- GAP2: esprime la differenza tra la qualità erogata e la qualità progettata ed è calcolato $Q.E. - Q.P.$. La differenza calcolata esprime la capacità dell'Azienda di tradurre operativamente la qualità del servizio prefissata.
- GAP3: esprime la differenza tra la qualità percepita e la qualità erogata ed è calcolato $Q.P.2 - Q.E.$. La differenza calcolata esprime la capacità dell'Azienda di comunicare alla clientela gli aspetti qualitativi del servizio erogato. È la differenza tra la percezione soggettiva e quella obiettiva della qualità.
- GAP4: esprime la differenza tra la qualità attesa e la qualità percepita ed è calcolato $Q.A. - Q.P.2.$ La differenza calcolata esprime la soddisfazione complessiva della Clientela rispetto alla qualità del servizio erogato.

La Matrice 4.1 – intervalli per i GAP di qualità esprime il significato di ciascun valore che può essere assunto dai GAP di qualità, individuando la macro - azione correttiva eventuale che deve essere adottata.

GAP / Valore	< 0	= 0	> 0
GAP1	La qualità progettata dall'Azienda è inferiore all'attesa. Sarà necessario incrementare l'obiettivo aziendale	La qualità progettata dall'Azienda è uguale all'attesa. L'Azienda sta recependo esattamente quanto espresso dalla Clientela.	L'Azienda progetta una qualità superiore a quanto atteso dalla Clientela.
GAP2	La qualità erogata è inferiore alla progettata. È necessario rivedere le procedure attuative, che non sono sufficienti ad esprimere l'obiettivo.	La qualità erogata è uguale alla progettata. La procedura attuativa rispecchia aderenza agli obiettivi prefissati	La qualità erogata è superiore alla progettata. La performance delle procedure è ottimale.
GAP3	La qualità percepita è inferiore alla erogata. È necessario intraprendere azioni di comunicazione all'utenza.	La qualità percepita è uguale alla erogata. La Clientela esprime una valutazione obiettiva.	La qualità percepita è superiore alla erogata. È necessario incrementare la qualità erogata.
GAP4	La qualità attesa è inferiore alla percepita. La soddisfazione della clientela supera le aspettative della stessa.	La qualità attesa è uguale alla percepita. È il punto di equilibrio.	La qualità attesa è superiore alla percepita. È necessario incrementare gli obiettivi aziendali al fine di migliorare la soddisfazione.

Matrice 4.1 – intervalli per i GAP di qualità

5.2. Gestione della qualità del servizio

La gestione della qualità del servizio, congruentemente a quanto brevemente illustrato nel paragrafo 4.2 della Normativa EN13816:2002, prevede l'applicazione di tutte le misure descritte nel presente Manuale.

La gestione dei documenti e dei procedimenti attinenti la EN13816:2002 deve essere svolta in ottemperanza di quanto previsto dal Sistema per la Gestione della Qualità Aziendale (se previsto), di cui il presente manuale costituisce Appendice.

A valle dell'applicazione dei procedimenti contenuti nel presente Manuale è necessaria la redazione di un documento di riesame che contenga tutte le seguenti informazioni:

- Obiettivi Prefissati per la Qualità;
- Risultanze delle indagini, interviste, monitoraggi, relativi a:
 - Qualità attesa;
 - Qualità erogata;
 - Qualità percepita;
- Evidenza dei GAP calcolati;
- Azioni correttive del Servizio Progettate.

Al documento di riesame saranno allegati i seguenti ulteriori documenti:

- Presentazione dell'Azienda;
- Specifica del Responsabile all'attuazione e monitoraggio per la Normativa EN13816:2002;
- Descrizione del Servizio di Trasporto Pubblico Passeggeri oggetto di Certificazione e congruente al presente Manuale;
- Schede di rilevazione impiegate nelle indagini.



5.3. Applicazione dei procedimenti e modifica del Manuale

Tutte le indagini, rilevazioni e monitoraggi devono essere svolte come descritto nel presente Manuale. Ogni eventuale variazione di procedimenti deve essere motivata e descritta, quale integrazione, nel presente Manuale.

La modifica dei procedimenti previsti nel presente Manuale è possibile, ma tale modifiche devono essere motivate ed integrate nel presente Manuale.

È ammessa la modifica degli indicatori monitorati:

- L'aggiunta di indicatori deve essere volta al miglioramento della qualità offerta al Cliente.
- La rimozione di indicatori deve essere accompagnata da valida motivazione.

Non sono ammissibili modifiche ai procedimenti che riducano il livello di dettaglio degli elementi di qualità. Sono pertanto ammissibili esclusivamente modifiche ai procedimenti contenute nel presente Manuale che permettano un affinamento del processo nell'ottica di un migliore recepimento delle aspettative del Cliente.