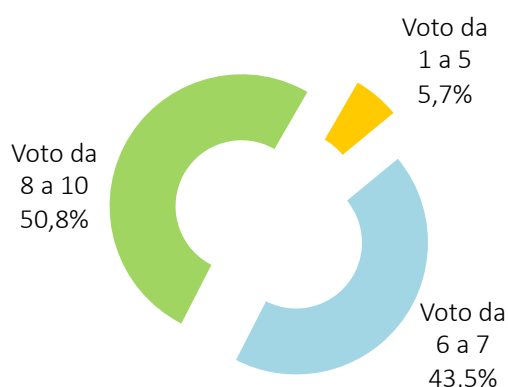


MOM, clientela soddisfatta al 94,3%

Valutazioni positive in costante crescita: + 5% nel triennio

MOM, azienda del trasporto pubblico della provincia di Treviso, ha reso noti oggi i dati di sintesi dell'indagine di Customer Satisfaction 2019 (realizzata nel mese di marzo attraverso la somministrazione di questionari a 1.205 intervistati su tutto il territorio di competenza, tramite interviste dirette e telefoniche). **L'indice generale di soddisfazione raggiunge il 94,3%** (ovvero il numero delle persone che assegnano ai servizi di trasporto MOM un giudizio positivo, uguale o maggiore di 6). **In un triennio**, ricco di trasformazioni per l'azienda unica trevigiana nata nel 2014 per effetto delle fusioni tra 4 aziende locali, **la soddisfazione dei clienti è cresciuta di 5 punti percentuali**. Ad analizzare il dato, si evince poi, che il giudizio della clientela va molto oltre la sufficienza. Infatti, alla domanda: **“Su una scala da 1 a 10 come giudica complessivamente il servizio svolto da MOM?”**, quasi il 51% degli utenti ha assegnato un voto da 8 a 10.



Voto	%
Voto 1	0,2
Voto 2	0,0
Voto 3	0,2
Voto 4	0,6
Voto 5	4,7
Voto 6	17,1
Voto 7	26,4
Voto 8	32,7
Voto 9	15,8
Voto 10	2,3

Se si guarda all'indice sintetico di soddisfazione (dato che risulta dalla media ponderata tra soddisfazione rispetto a 21 parametri di indagine e importanza assegnata ai parametri stessi), si arriva ad un 90,5% di clienti soddisfatti (contro l'87,9% del 2017).

Anno	Indice Sintetico di soddisfazione*	Indice Generale di soddisfazione*
2017	87,9	89,2
2018	88,0	91,1
2019	90,5	94,3

*L'INDICE GENERALE DI SODDISFAZIONE è calcolato in base alla risposta ad una domanda diretta:

«Secondo una scala che va da 1 (per nulla soddisfacente) a 10 (molto soddisfacente), come giudica complessivamente il servizio prestato da MOM?»

Il valore è espresso da 0 a 100 e considera le persone che danno una valutazione uguale o maggiore di 6.

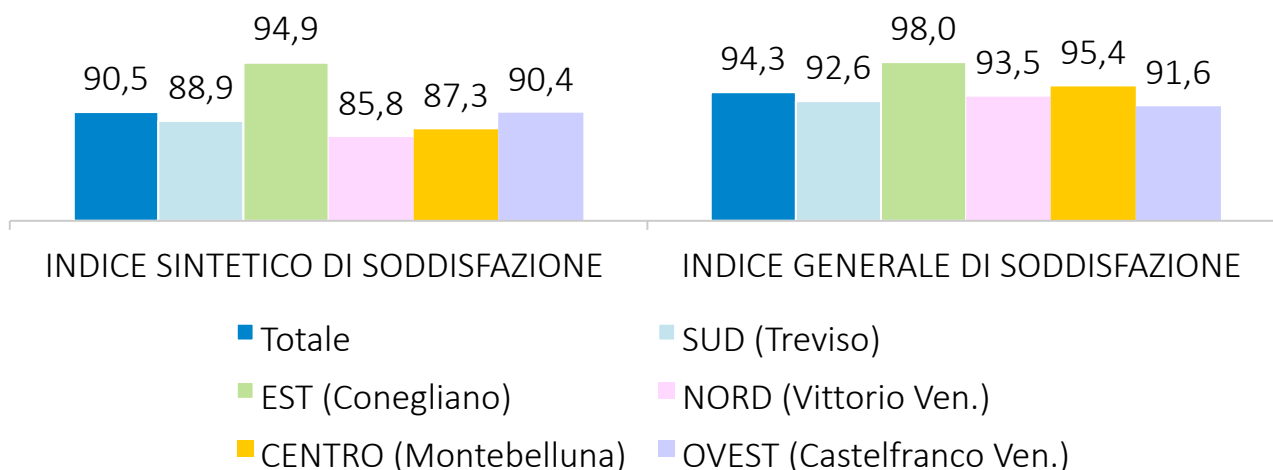
L'INDICE SINTETICO DI SODDISFAZIONE è costruito tramite 2 fasi:

1. definizione per ogni item analizzato dell'indice di soddisfazione (quota di clienti soddisfatti - valutazione maggiore o uguale a 6 su scala da 1 a 10);
2. ponderazione di tali indici di soddisfazione per l'importanza del singolo item misurata in base alle percezioni dei clienti.

Il valore risultante da queste fasi è espresso su una scala che va da 0 a 100 e sintetizza così i valori di soddisfazione e di importanza attribuiti ai fattori di analisi in un unico valore.

Confronto per zone

	Totale	SUD (Treviso)	EST (Conegliano)	NORD (Vittorio Veneto)	CENTRO (Montebelluna)	OVEST (Castelfranco Veneto)
INDICE SINTETICO DI SODD.	90,5	88,9	94,9	85,8	87,3	90,4
INDICE GENERALE DI SODD.	94,3	92,6	98,0	93,5	95,4	91,6



Percentuale clienti soddisfatti per 22 drivers



I punti di forza

L'analisi dei 22 drivers evidenzia come per tutti i parametri di qualità MOM raccolga oltre il 70% di clienti soddisfatti. Su una scala da 1 a 10, gli aspetti in cui MOM si distingue per i migliori "voti in pagella" risultano essere: **sicurezza intesa come mancanza di incidenti (8,39)**, **sicurezza come assenza del pericolo di furti o borseggi (8,11)**, **condotta di guida degli autisti (7,91)**, **cortesia degli autisti (7,77)** e **comportamento dei controllori (7,76)**. Seguono tra gli aspetti maggiormente graditi si segnala l'informazione all'utenza: tramite sito internet e telefono, alle biglietterie e alle fermate.

Indice di importanza

I parametri di qualità valutati di maggiore importanza dai clienti risultano essere: **puntualità, servizi dedicati a viaggiatori con ridotte capacità motorie e sicurezza intesa come mancanza di incidenti**. Per la puntualità il voto 2019 è 7,07, ci si fermava ad un 6,5 nel 2015: il dato quindi, seppur con ulteriori margini di miglioramento, continua a crescere.

Dal 2019, l'azienda ha inserito anche il parametro relativo ai **servizi verso viaggiatori con ridotta mobilità**: l'esordio è da 7,04 (anche se in ambito extraurbano, dove effettivamente la flotta ha maggiori problemi di accessibilità, si arriva ad un 6,90). Infine tra gli aspetti più importanti i Clienti pongono la sicurezza di viaggio: parametro che, come detto, vede il punteggio massimo registrato (8,39).

Da migliorare

La mappa delle priorità d'intervento, ovvero gli ambiti in cui si registra il maggior gap tra importanza attribuita e livello di soddisfazione, segnala: **servizi dedicati a viaggiatori con ridotta mobilità, puntualità, tempi di risposta ai reclami**.

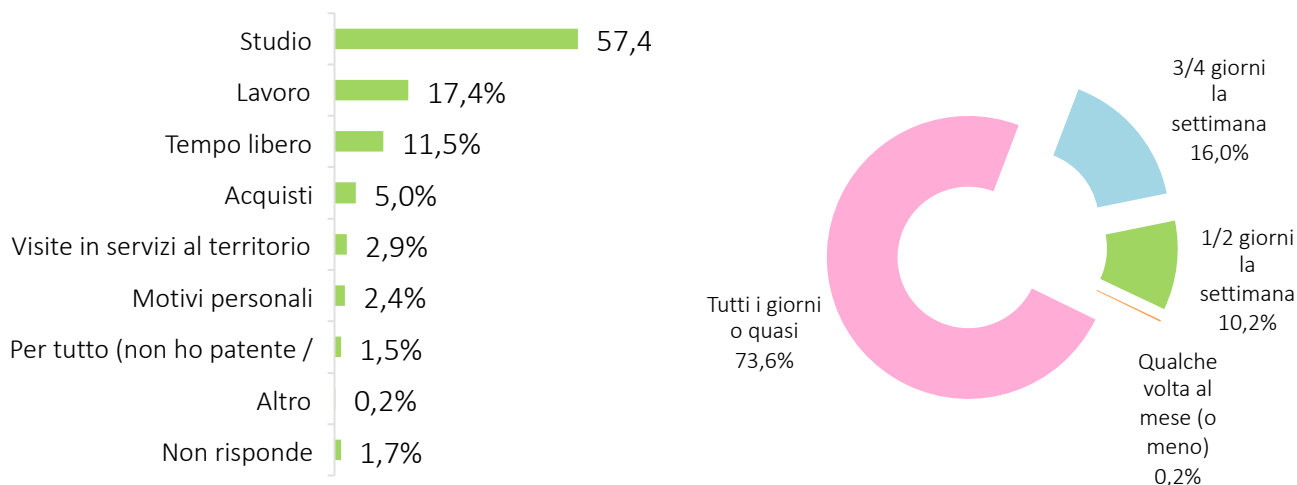
Metodologia

La rilevazione è stata condotta Marzo 2019. Sono stati complessivamente intervistati 1.205 Clienti dei servizi MOM. Il campione è stato suddiviso tra ambito urbano (36,8% del campione) ed extraurbano (63,2% del campione) e per cinque macro aree del territorio di operatività aziendale: SUD: Treviso; EST: Conegliano; NORD: Vittorio Veneto; CENTRO: Montebelluna; OVEST: Castelfranco Veneto.

Il campione

Il campione degli intervistati rispecchia la fotografia della Clientela MOM: quanto al profilo occupazionale il **56,8% è studente, il 20,2% lavoratore**, seguono i pensionati 18,9%. Quanto all'età le classi preponderanti sono di conseguenza i giovani: il 33,7% ha 17 anni o meno, il 26% ha tra i 18 e i 24 anni, seguono a distanza gli ultra 65enni (18,4%). Il 57,5% del campione è donna.

I comportamenti di utilizzo



La mobilità collettiva è una reale alternativa al trasporto privato per una fascia di popolazione che, seppur piccola, va crescendo. Il confronto dei dati rilevati nell'ultimo biennio evidenzia come la Clientela MOM stia progressivamente cambiando: non più solo studenti "obbligati" ad utilizzare il mezzo pubblico, ma sempre più persone che scelgono di utilizzare l'autobus per recarsi al lavoro (+2% rispetto al 2018) o per il tempo libero (+5%) e gli acquisti (+2%).