



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

DELIBERAZIONE N° X / 2380

Seduta del 19/09/2014

---

Presidente **ROBERTO MARONI**

Assessori regionali MARIO MANTOVANI *Vice Presidente*  
VALENTINA APREA  
VIVIANA BECCALOSI  
SIMONA BORDONALI  
PAOLA BULBARELLI  
MARIA CRISTINA CANTU'  
CRISTINA CAPPELLINI

ALBERTO CAVALLI  
GIOVANNI FAVA  
MASSIMO GARAVAGLIA  
MARIO MELAZZINI  
MAURO PAROLINI  
ANTONIO ROSSI  
CLAUDIA TERZI

Con l'assistenza del Segretario Fabrizio De Vecchi

Su proposta dell'Assessore Alberto Cavalli

Oggetto

LINEE GUIDA PER LO SVOLGIMENTO DELLE INDAGINI DI RILEVAZIONE DELLA SODDISFAZIONE DELL'UTENZA DEI SERVIZI DI TRASPORTO PUBBLICO

Si esprime parere di regolarità amministrativa ai sensi dell'art.4, comma 1, l.r. n.17/2014:

Il Dirigente Roberto Laffi

Il Direttore Generale Aldo Colombo

L'atto si compone di 12 pagine

di cui 8 pagine di allegati

parte integrante



# Regione Lombardia

## LA GIUNTA

---

**VISTO** il D. Lgs. 19 novembre 1997 n. 422 avente per oggetto “Conferimento alle Regioni e agli enti locali di funzioni e compiti in materia di trasporto pubblico locale a norma dell’art. 4 della legge 15 marzo 1997, n. 59” e successive modificazioni ed integrazioni;

**VISTA** la Legge Regionale n. 6 del 4 aprile 2012 “Disciplina del settore dei trasporti” ed in particolare l’art. 15 comma 2 che stabilisce che la Regione individua il livello minimo dei dati del sistema di monitoraggio e gli standard uniformi ed omogenei sul territorio regionale per il loro reperimento, disciplinando, in particolare, le modalità tecnico-operative, i tempi della rilevazione, anche presso gli utenti, e di trasmissione dei dati, nonché la tipologia dei dati da rendere accessibili al pubblico;

**DATO ATTO** che attualmente le indagini di customer satisfaction sono svolte da ciascuna Azienda esercente i servizi di tpl in regime di contratto di servizio o in regime di concessione secondo metodologie definite autonomamente o condivise con l’Ente regolatore dell’affidamento, ma risultano notevolmente differenziate tra loro per metodologia, tempi e modalità di rilevazione;

**CONSIDERATO** che Regione procede annualmente allo svolgimento di un’indagine regionale di customer satisfaction volta alla rilevazione di alcuni indicatori di qualità e finalizzata principalmente all’adeguamento tariffario secondo quanto stabilito dalle disposizioni regionali vigenti;

**RITENUTO** opportuno giungere alla definizione di una metodologia uniforme per lo svolgimento delle indagini di rilevazione della soddisfazione dei servizi di trasporto pubblico regionale e locale, con l’obiettivo di effettuare delle valutazioni ai differenti livelli e disporre di dati confrontabili, anche per una loro eventuale diffusione per finalità di monitoraggio;

**PRESO ATTO** che la proposta tecnica è stata sottoposta ai componenti della Conferenza del Trasporto Pubblico Locale, di cui fanno parte – oltre alle Province e i Comuni capoluogo di provincia, quali enti titolari delle funzioni di programmazione, regolazione e affidamento dei servizi – anche i rappresentanti delle Aziende di trasporto pubblico, nonché i rappresentanti delle associazioni dei consumatori e dei viaggiatori;



## Regione Lombardia

### LA GIUNTA

---

**VISTE** la norma UNI EN 13816 "Trasporto pubblico di passeggeri: definizione, obiettivi e misurazione della qualità del servizio" e la norma UNI 11098 "Sistemi di gestione per la qualità: Linee guida per la rilevazione della soddisfazione del cliente e per la misurazione degli indicatori del relativo processo";

**RITENUTO** conseguentemente opportuno procedere alla definizione della metodologia contenuta nell'allegato 1, parte integrante e sostanziale della presente deliberazione, "Linee guida per lo svolgimento delle indagini di rilevazione della soddisfazione dell'utenza dei servizi di trasporto pubblico";

**CONSIDERATO** che le Aziende esercenti i servizi di tpl in regime di contratto di servizio stipulato con gli Enti competenti possono procedere sin da subito all'applicazione delle linee guida contenute nell'Allegato 1, compatibilmente con quanto previsto nei contratti di servizio di trasporto pubblico locale vigenti;

**RITENUTO** che le nuove Agenzie di trasporto pubblico locale costituite ai sensi dell'art. 7 della l.r.n.6/2012 e sino alla loro costituzione, gli Enti Locali affidanti i servizi di trasporto pubblico, nonché gli Enti Locali di cui all'art.6, comma 3, lett. f) della l.r.n.6/2012, nella definizione degli atti per l'affidamento dei servizi, procedano all'indicazione relativa alla realizzazione delle Indagini di customer satisfaction da parte dell'azienda aggiudicataria secondo le linee guida contenute nell'Allegato 1;

**Valutate** e fatte proprie le predette considerazioni;

**All'unanimità** dei voti espressi nelle forme di legge;

### DELIBERA

- 1) di approvare le linee guida contenute nell'allegato 1, "Linee guida per lo svolgimento delle indagini di rilevazione della soddisfazione dell'utenza dei servizi di trasporto pubblico" parte integrante e sostanziale del presente atto, al fine di consentire analisi e valutazioni sulla soddisfazione dell'utenza sul trasporto pubblico regionale e locale in Lombardia;



## **Regione Lombardia**

### **LA GIUNTA**

---

- 2) di stabilire che le Agenzie di trasporto pubblico locale costituite e funzionanti ai sensi dell'art. 7 della l.r.n. 6/2012 e, sino alla loro costituzione, i soggetti affidanti i servizi di trasporto pubblico, nonché i soggetti di cui all'art.6, comma 3, lett. f) della l.r.n.6/2012, nella definizione degli atti per l'affidamento dei servizi, procedano all'indicazione relativa alla realizzazione delle Indagini di customer satisfaction da parte dell'azienda affidataria secondo le linee guida contenute nell'Allegato 1;
- 3) di pubblicare il presente atto sul Bollettino Ufficiale della Regione Lombardia.

IL SEGRETARIO  
FABRIZIO DE VECCHI

## **Allegato 1**

### **“LINEE GUIDA PER LO SVOLGIMENTO DELLE INDAGINI DI RILEVAZIONE DELLA SODDISFAZIONE DELL'UTENZA DEI SERVIZI DI TRASPORTO PUBBLICO”**

#### **A. PREMESSA**

Le indagini di customer satisfaction sui servizi di trasporto pubblico sono di norma organizzate autonomamente dalle aziende di trasporto pubblico. Ogni indagine è progettata con proprie caratteristiche metodologiche e quindi non è possibile effettuare dei confronti ed avere informazioni globali, a livello regionale, sul livello di soddisfazione dell'utenza.

Le disomogeneità delle rilevazioni di customer riguardano:

- periodo / mesi in cui viene svolta la rilevazione
- ambito di riferimento (linea / contratto di servizio / azienda)
- modalità di rilevazione (intervista alle fermate / a bordo / telefonica / autocompilazione / altro)
- fattori di qualità rilevati
- universo di riferimento (in particolare rispetto alla tipologia di viaggiatori)
- definizione del disegno di campionamento
- scala di valutazione (es. 0-10, 0-4, 0-6).

Per disporre di informazioni sul livello di soddisfazione relativo ai servizi di TPL da parte dell'utenza, Regione Lombardia ha realizzato nell'ultimo triennio (2010-2013) un'indagine di customer satisfaction estesa a tutto il territorio regionale, comprendendo qualsiasi modalità di trasporto (ferroviario, automobilistico etc...), i cui risultati – riferiti ad alcuni aspetti di qualità del servizio - sono stati principalmente utilizzati per l'adeguamento delle tariffe di TPL, così come previsto dal regolamento regionale tariffario.

Per svolgere in maniera sempre più efficace e puntuale le attività di programmazione e governance del sistema TPL, è quanto mai essenziale disporre sempre di maggiori informazioni relative alla soddisfazione che il sistema di TPL suscita da parte dei suoi utilizzatori.

Per questo motivo queste linee guida forniscono indicazioni con l'obiettivo di definire alcuni aspetti metodologici comuni per lo svolgimento delle indagini di customer satisfaction sui servizi di trasporto pubblico, rendendo pertanto possibili anche valutazioni su diversi ambiti territoriali e un numero maggiore di aspetti della qualità del servizio.

#### **B. ASPETTI METODOLOGICI**

Per lo svolgimento delle indagini di customer satisfaction sui servizi di trasporto pubblico il più possibile omogenee sul sistema di TPL regionale, è necessario che le indagini presentino caratteristiche omogenee in relazione ai seguenti aspetti:

- 1) Universo di riferimento, ovvero quali utenti considerare;
- 2) Definizione del campione;
- 3) Numerosità del campione, errore di campionamento e livello fiduciario;
- 4) Tempi e modalità di somministrazione del questionario;
- 5) Scala di valutazione;
- 6) Fattori di qualità da rilevare;
- 7) Questionario base;
- 8) Trattamento delle informazioni e documentazione.

### B. 1. Universo di riferimento

L'universo di riferimento per l'indagine di customer satisfaction deve rappresentare il più possibile l'utenza effettiva, intervistando passeggeri **con almeno 14 anni di età** e considerando:

- a) **passeggeri sia abituali sia occasionali,**
- b) **passeggeri di tutte le modalità di trasporto** (vedi successivo punto B. 2.)

La numerosità dell'universo è data dai viaggiatori trasportati, stimati sulla base dei titoli di viaggio riferiti all'anno precedente a quello dell'indagine, considerando sia i titoli di viaggio propri che i titoli di viaggio integrati per la parte di competenza e facendo riferimento ai coefficienti moltiplicatori dei titoli indicati nel Sistema Informativo (S.I.) "Servizi di Trasporto Pubblico in Lombardia" di cui alla dgr n. X/1870 del 23 maggio 2014.

Nel caso di indisponibilità di dati riferiti all'anno precedente, è possibile utilizzare l'ultimo dato disponibile, esplicitandone l'anno di riferimento "nel "Rapporto dell'Indagine" da allegare nel suddetto S.I. alla sezione "Customer satisfaction". In tale Rapporto devono essere inseriti tutti gli aspetti metodologici adottati.

### B. 2. Definizione del campione

Il campione d'indagine deve essere stratificato per **contratto di servizio** e per tutte le tipologie, se presenti, sotto elencate:

- a) **tipologia di passeggeri**
- b) **modalità di trasporto**
- c) **linee principali e linee secondarie**
- d) **tipologia giorno**
- e) **fasce orarie di maggior frequentazione (cd.punta) e di minor frequentazione (cd. morbida)** per i soli giorni non festivi,

secondo le seguenti definizioni:

- a) **tipologia di passeggeri:** passeggeri abbonati ed occasionali;
- b) **modalità di trasporto:** mezzo di trasporto (bus, tram, metropolitano, trasporto a fune, navigazione, ecc.)
- c) **linee principali e secondarie:** definite in relazione alla frequenza del servizio in un giorno ferial tipo, come da programma d'esercizio, e comunque concordate con il soggetto competente per la programmazione del servizio;
- d) **tipologia di giorno:** non festivo (giorni feriali e sabato) e festivo;
- e) **fascia di punta:** corse in arrivo alla località di destinazione dalle ore 7:00 alle ore 9:00 e le corse in partenza dalle ore 12:30 alle ore 14:30 e dalle 17:00 alle ore 19:30 nei giorni feriali da lunedì a sabato.

### B. 3. Numerosità del campione, errore di campionamento e livello fiduciario

Per la progettazione dell'indagine è essenziale definire per quali disaggregazioni si vogliono ottenere delle stime significative, poiché da tale scelta dipende la numerosità del campione.

Si ritiene opportuno che l'indagine di customer satisfaction debba avere stime significative, per ciascuna rilevazione, almeno per:

- a) **tipologia di passeggeri**
- e
- b) **modalità di trasporto**

Si ritiene opportuno fissare un livello un intervallo di confidenza al 95% e un livello massimo di errore del 5%.

Il numero di interviste da effettuare, all'interno di ciascuno strato, come definito al punto B. 2., è determinato in modo proporzionale ai dati dei passeggeri che utilizzano il servizio, determinato in base ai viaggiatori trasportati come indicato nel punto B.1.

Nel caso di indisponibilità dei dati per ciascuno strato del campione, è possibile utilizzare il dato relativo alla frequenza delle corse, garantendo comunque la significatività delle stime di cui sopra. Nel caso di

indisponibilità di dati, è possibile utilizzare l'ultimo dato disponibile, esplicitandone l'anno di riferimento "nel "Rapporto dell'Indagine" da allegare nel suddetto S.I. alla sezione "Customer satisfaction". In tale Rapporto devono essere inseriti tutti gli aspetti metodologici adottati.

#### **B. 4. Tempi e modalità di somministrazione del questionario**

Le indagini di customer satisfaction devono essere realizzate almeno una volta all'anno nel periodo ottobre / novembre, in giorni non festivi (con distinzione delle fasce orarie di punta e di morbida) e in giorni festivi (senza distinzione di fascia oraria).

Le indagini potranno essere effettuate attraverso interviste vis à vis a bordo mezzo, oppure alle fermate, oppure attraverso la compilazione di questionari on-line o telefoniche, nel rispetto di quanto previsto per la stratificazione del campione e stime significative come indicato ai punti B.2 e B.3.

È necessario in ogni caso indicare nel "Rapporto dell'Indagine" le modalità e/o i punti in cui sono state effettuate le interviste (se a bordo dei mezzi o presso le stazioni e le fermate individuate in quelle di partenza del viaggio).

#### **B. 5. Scala di valutazione**

La scala di valutazione utilizzata per le rilevazioni dell'utenza deve essere una scala da 1 a 10, corrispondente ai seguenti parametri di giudizio:

1=molto insoddisfatto o per nulla soddisfatto

10 =molto soddisfatto

prevedendo la possibilità di risposta:

Non sa / non risponde

#### **B. 6. Fattori di qualità da rilevare**

Le indagini di customer satisfaction dovranno prevedere le domande contenute nel "questionario base", di cui al successivo punto B.7. Potranno comunque essere previste integrazioni in relazione a specifiche esigenze territoriali/aziendali. Nel caso in cui si introducano nuove domande di dettaglio rispetto ad una domanda già prevista, quest'ultima dev'essere comunque mantenuta e sottoposta all'intervistato.

Esempio: Domanda 14, che dev'essere comunque somministrata, può essere dettagliata in:

14.1 Puntualità in partenza

14.2 Puntualità in arrivo

Il questionario base è articolato nelle seguenti sezioni:

- a. dati relativi al viaggio effettuato;
- b. fattori di qualità del servizio;
- c. livello di importanza attribuito dall'intervistato ai fattori di qualità;
- d. dati generali relativi al profilo dell'intervistato;
- e. parte riservata al rilevatore.

I fattori di qualità del servizio, anche tenendo conto della norma UNI EN 13816, sono stati suddivisi in 8 ambiti di primo livello (Liv.1), di seguito elencati:

- 1) Disponibilità del servizio
- 2) Accessibilità del servizio
- 3) Informazioni sul servizio
- 4) Tempo
- 5) Attenzione al cliente
- 6) Comfort
- 7) Sicurezza
- 8) Impatto ambientale

Le indagini di customer satisfaction dovranno rilevare la soddisfazione della clientela in riferimento ad almeno 30 fattori di qualità, strutturati in ambiti di secondo livello (Liv.2), come indicato al successivo punto B.7..

## **B.7. Questionario base**

### **a. Dati relativi all'intero viaggio**

#### **1. Mezzo di trasporto utilizzato per compiere l'intero viaggio (possibili più risposte)**

- ☐ 1. Treno
- ☐ 2. Metropolitana
- ☐ 3. Autobus urbano/Filobus urbano/tram urbano
- ☐ 4. Autobus interurbano /Tram interurbano
- ☐ 5. Servizi di navigazione
- ☐ 6. Automobile come conducente
- ☐ 7. Automobile come passeggero
- ☐ 8. Moto come conducente
- ☐ 9. Moto come passeggero
- ☐ 10. Bicicletta propria
- ☐ 11. Bicicletta in bike sharing
- ☐ 12. A piedi
- ☐ 13. Car sharing
- ☐ 14. Bus aziendale
- ☐ 15. Altro (specificare)

#### **2. Titolo di viaggio utilizzato**

- ☐ biglietto corsa semplice (singolo, giornaliero, carnet 10 viaggi)
- ☐ abbonamento (settimanale, mensile, annuale)
- ☐ biglietto integrato *specificare*.....
- ☐ abbonamento integrato *specificare*.....
- ☐ altro *specificare* .....

#### **3. Frequenza del viaggio**

- ☐ tutti i giorni
- ☐ solo nei giorni feriali (da lunedì a venerdì oppure da lunedì a sabato)
- ☐ solo sabato e festivi
- ☐ qualche volta alla settimana
- ☐ qualche volta al mese
- ☐ saltuariamente/qualche volta all'anno
- ☐ sono solo di passaggio

#### **4. Motivo del viaggio (una sola scelta)**

- ☐ raggiungere il luogo di lavoro
- ☐ raggiungere il luogo di studio
- ☐ lavoro/affari
- ☐ visite mediche/cure personali
- ☐ acquisti/commissioni personali
- ☐ sport/svago/tempo libero/visite a parenti/amici
- ☐ turismo
- ☐ altro



**b. Dati relativi allo spostamento (riferimento della customer)**

**5. Tempo di permanenza a bordo del mezzo di trasporto pubblico**

- ☐ 0-15 minuti
- ☐ 15-30 minuti
- ☐ 30-45 minuti
- ☐ 45-60 minuti
- ☐ Oltre 60 minuti

**6. Motivo di utilizzo del mezzo pubblico (massimo 3 risposte)**

- ☐ velocità di spostamento
- ☐ comodità del viaggio
- ☐ per evitare problemi di traffico (es. evitare il traffico, non guidare, ecc.)
- ☐ per evitare problemi di parcheggio
- ☐ comodità degli orari
- ☐ convenienza economica
- ☐ non dispongo di un mezzo privato
- ☐ non dispongo della patente
- ☐ sensibilità, tutela dell'ambiente
- ☐ altro (da specificare)

**c. Fattori di qualità del servizio**

Liv1	Liv2	Fattori	Fattori di qualità
Disponibilità	Rete	D01	Possibilità di raggiungere diverse destinazioni attraverso un numero minimo di trasbordi
	Operatività	D02	Frequenza delle corse
		D03	Orario di inizio e fine del servizio
	Adeguatezza	D04	Adeguatezza del servizio alle esigenze del viaggiatore
	Fidatezza	D05	Certezza che i servizi saranno effettuati come comunicato
	integrazione tariffaria	D06	Integrazione delle tariffe (tra i vari mezzi di trasporto)
Accessibilità	Disponibilità biglietteria	D07	Facilità di acquisto e utilizzo dei biglietti/abbonamenti (gamma titoli di viaggio, vicinanza punti di vendita, orari biglietterie, presenza e funzionamento emettitrici e validatrici)
	Interfaccia esterna	D08	Facilità di interscambio con bici, auto privata e car-sharing (se disponibile)
	Interfaccia interna	D09	Facilità di interscambio con altri mezzi di trasporto pubblico (orari, informazioni, caratteristiche luogo d'attesa)
Informazioni	Informazioni generali	D10	Informazioni per l'organizzazione dello spostamento (linee, tariffe, orari) e utilità sito aziendale (tipologia informazioni presenti, facilità reperimento e chiarezza)
	Informazioni in condizioni normali	D11	Informazioni sul viaggio (in stazione, alle fermate, a bordo su orari, avvisi), anche in tempo reale
	Informazioni in condizioni anormali	D12	Informazioni sul viaggio (in stazione, alle fermate, a bordo su orari, avvisi) in caso di disservizi
Tempo	Durata del viaggio	D13	Durata dello spostamento
	Rispetto dell'orario	D15	Puntualità del servizio
Attenzione al cliente	Impegno	D16	Attenzione ai diritti degli utenti (ad es: disponibilità della Carta dei Servizi, trasparenza, procedure per rimborso, conciliazione...)
	Interfaccia clienti	D17	Servizi dedicati di assistenza/contatto alla clientela (call center, gestione dei reclami)
	Personale	D18	Cortesia del personale
		D19	Interventi personale di controlloria

	<b>Opzioni di biglietteria</b>	D20	Possibilità di pagamento attraverso POS e Carta di Credito
<b>Comfort</b>	<b>Posti a sedere e spazio disponibile</b>	D21	Disponibilità di posti e spazio disponibile a bordo dei mezzi
	<b>Confortevolezza della corsa</b>	D22	Qualità/comfort del mezzo di trasporto (stato del mezzo, pianale ribassato, tipologia sedili, climatizzazione)
	<b>Condizioni ambientali</b>	D23	Pulizia dei mezzi
		D24	Pulizia delle stazioni/pensiline/fermate
	<b>Ergonomia</b>	D25	Accessibilità del servizio per persone con mobilità ridotta (assenza di barriere architettoniche, presenza di montascale, ecc.)
		D26	Accessibilità del servizio per persone con disabilità visiva
		D27	Accessibilità del servizio per persone con disabilità uditiva
<b>Sicurezza</b>	<b>Deterrenza del crimine</b>	D28	Sicurezza a bordo dei mezzi contro furti, aggressioni, molestie
		D29	Sicurezza delle stazioni/pensiline/fermate contro furti, aggressioni, molestie
	<b>Prevenzione degli incidenti</b>	D30	Sicurezza e affidabilità dei mezzi (stato del mezzo, vetustà del mezzo, funzionalità delle porte, tipo di guida)
<b>Impatto ambientale</b>	<b>Inquinamento</b>	D31	Impatto ambientale del mezzo utilizzato (gas scarico, rumore, vibrazioni...)
<b>Globale</b>	<b>tutto</b>	D32	<b>Soddisfazione complessiva del servizio offerto</b>

**d. livello di importanza attribuito dall'intervistato ai fattori di qualità**

Da indicare, in ordine di priorità, 3 fattori tra quelli indicati che un servizio di trasporto pubblico ottimale deve soddisfare:

- 1) Possibilità di raggiungere diverse destinazioni
- 2) Frequenza delle corse
- 3) Orario di inizio e fine del servizio
- 4) Adeguatezza del servizio
- 5) Affidabilità del servizio
- 6) Integrazione delle tariffe (tra vari mezzi di trasporto)
- 7) Facilità di acquisto e utilizzo dei biglietti/abbonamenti
- 8) Facilità di interscambio con bici, auto privata e car-sharing
- 9) Facilità di interscambio con altri mezzi di trasporto
- 10) Informazioni generali per l'organizzazione dello spostamento
- 11) Informazioni in condizioni normali, anche in tempo reale
- 12) Informazioni in condizioni anormali o disservizio
- 13) Durata dello spostamento
- 14) Puntualità del servizio
- 15) Attenzione ai diritti degli utenti
- 16) Servizi dedicati di assistenza/contatto alla clientela
- 17) Cortesia del personale
- 18) Interventi personale di controlleria
- 19) Possibilità di pagamento attraverso POS e Carta di Credito
- 20) Disponibilità di posti e spazio disponibile a bordo dei mezzi
- 21) Qualità/comfort del mezzo di trasporto
- 22) Pulizia dei mezzi
- 23) Pulizia delle stazioni/pensiline/fermate
- 24) Accessibilità del servizio per persone con mobilità ridotta
- 25) Accessibilità del servizio per persone con disabilità visiva
- 26) Accessibilità del servizio per persone con disabilità uditiva
- 27) Sicurezza a bordo dei mezzi
- 28) Sicurezza delle stazioni/pensiline/fermate

- 29) Sicurezza e affidabilità dei mezzi  
30) Impatto ambientale del mezzo utilizzato

**e. dati generali relativi al profilo dell'intervistato**

**1. sesso**

- ☐ maschio  
☐ femmina

**2. età**

- ☐ dai 14 a 18  
☐ 18-25  
☐ 25-34  
☐ 35-44  
☐ 45-54  
☐ 55-64  
☐ 65-74  
☐ 75 e oltre

**3. titolo di studio**

- ☐ nessun titolo o licenza elementare  
☐ licenza media  
☐ diploma istruzione secondaria superiore  
☐ laurea

**4. condizione professionale**

- ☐ lavoratore dipendente (operaio/impiegato/insegnante)  
☐ lavoratore autonomo /artigiano/rappresentante/libero professionista  
☐ commerciante/imprenditore/dirigente  
☐ casalinga/o  
☐ pensionata/o  
☐ studente  
☐ disoccupata/o o in cerca di lavoro  
☐ altro (da specificare)

**5. disponibilità di mezzi propri per utilizzo proprio**

- ☐ auto  
☐ moto  
☐ bici

**f. parte riservata all'intervistatore**

L'intervistatore è tenuto ad indicare le seguenti informazioni:

- tipologia intervista: alla fermata / a bordo del mezzo / telefonica/online;
- luogo dell'intervista;
- data e ora dell'intervista;
- denominazione della fermata / denominazione della corsa;

- denominazione dell'azienda;
- modalità di trasporto (autobus / tram / metropolitana, ecc.....) cui si riferisce l'intervista

### **B.8. Altri aspetti**

I risultati delle diverse indagini di customer satisfaction saranno utilizzati per effettuare analisi e valutazioni sul livello di soddisfazione degli utenti del sistema di trasporto pubblico regionale e locale in Lombardia.

Le indagini dovranno pertanto essere corredate da idonea documentazione di supporto, da allegare nel “Rapporto dell’Indagine” che descriva:

- metodologia di indagine
- disegno di campionamento e costruzione delle stime
- livelli fiduciari e errori di campionamento
- questionario completo
- organizzazione delle campagne
- tutela della privacy
- risultati (grafici e tabelle con numeri calcolati con approssimazione alla seconda cifra decimale)
- nonché ogni altro elemento utile a spiegare i risultati dell'indagine.

Regione Lombardia si riserva la facoltà di:

- richiedere ulteriori informazioni utili alla comparabilità dei dati provenienti da diverse indagini di customer satisfaction,
- diffondere i risultati delle indagini di customer per finalità di monitoraggio.

### **C. Conclusioni**

La definizione di una metodologia comune deve essere interpretata come un supporto alla realizzazione di indagini statistiche di livello regionale, dando rilievo ai fattori di qualità che caratterizzano le specifiche realtà territoriali di cui si compone il territorio lombardo e alla percezione degli utenti.