TEMPI AGENZIA
idee in movimento

INDAGINE SULLA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI DEL SERVIZIO DI TPL URBANO ED EXTRAURBANO DI PIACENZA E PROVINCIA



IRTECO
studi e ricerche sui sistemi di trasporto
www.irteco.com

Sintesi anno 2025

rev. 00 08/05/2026

Questo rapporto è redatta da:

IRTECO s.a.s. di Oliveri G. & C.

Headquarter di Torino: Via P. Palmieri n. 21 - 10143 Torino
Ufficio di Bolzano: Via Giotto n. 12/A – 39100 Bolzano

Tel 011-19839050 – Fax 011-7575793
Email: segreteria@irteco.com
Codice Fiscale e P.IVA: 04830770014

IRTECO
Studi e Ricerche sui Sistemi di Trasporto
www.irteco.com

@IRTECO
@irteco_torino

TÜV SÜD ISO 9001

aicq
Associazione Italiana Cultura Qualità

Certificazione Direttore Tecnico
Ing. Giorgio Oliveri

+advanced ingegnere esperto in infrastrutture e pianificazione dei trasporti

C'

REVISIONI

Questo rapporto è stato trasmesso e rivisto come segue:

Rev.	Descrizione	Data	Redatto	Approvato	Firma
0	Emissione	08/05/2026	DN-GO	GO	



PARTE 1
PREMESSA E NOTE METODOLOGICHE

Anno **2025**

2 campagne:
- primavera
- autunno

Il presente rapporto riporta i **risultati cumulati** di sintesi delle **2 campagne di indagine** condotte nell'**anno 2025**:

- la prima realizzata nella **primavera** del 2025
- la seconda nell'**autunno** del 2025

Il presente documento riporta in sintesi i principali risultati derivanti dalle analisi riportate nei rapporti prodotti a compimento di ogni singola campagna realizzata in corso d'anno e del rapporto annuale complessivo

Livello soddisfazione

Importanza fattori qualità

Caratteristiche campione

L'obiettivo delle indagini di Customer Satisfaction è stato quello di conoscere il **livello di soddisfazione** degli attuali clienti rispetto al servizio di TPL utilizzato, i principali **aspetti relativi all'utilizzo** del servizio stesso e le **caratteristiche del campione**, mediante la somministrazione di **interviste** frontali **face-to-face** rivolte agli attuali clienti del servizio esercito da SETA nel bacino territoriale di Piacenza e Provincia

In entrambe le campagne dell'anno 2025, primaverile ed autunnale, è stata applicata una **metodologia di indagine** studiata **ad hoc** per rispettare le esigenze conoscitive di TEMPI Agenzia e mantenere, quanto più possibile una coerenza di informazioni rispetto alla base dati storica acquisita

Note metodologiche

Indagini frontali face-to-face

Le **interviste** campionarie **face-to-face** sono state rivolte ai soli passeggeri, di età **superiore ai 13 anni** senza distinzione di genere, età, estrazione sociale, religione, credo politico, etc.

I clienti sono stati intervistati sia a terra in corrispondenza delle principali fermate della rete, rivolgendo le interviste ai clienti in procinto di salire sul mezzo, sia a bordo mezzo durante lo spostamento in atto da parte del cliente

Periodo lavorativo-scolastico

Per entrambe le campagne previste nel corso dell'annualità 2025, le indagini sono state realizzate in periodo lavorativo-scolastico nella fascia oraria compresa **tra le ore 6:00 e le ore 20:00** dei giorni **feriali**, dal lunedì al sabato

Le interviste sono state svolte da un **team di rilevatori/rilevatrici** opportunamente formato che, come detto, operava a terra e/o a bordo mezzo. In entrambe le campagne il team di **rilevatori/rilevatrici** è stato il medesimo



PARTE 2
PROFILO DEL CAMPIONE ABITUDINI DI MOBILITÀ

Il disegno campionario

Per il **bacino di Piacenza**, il **campione teorico complessivo** (800 interviste a campagna) è stato stratificato **sulle 2 tipologie di servizio**, urbano ed extraurbano, prevedendo: 400/450 interviste a campagna per il servizio urbano e 350/400 interviste a campagna per quello extraurbano

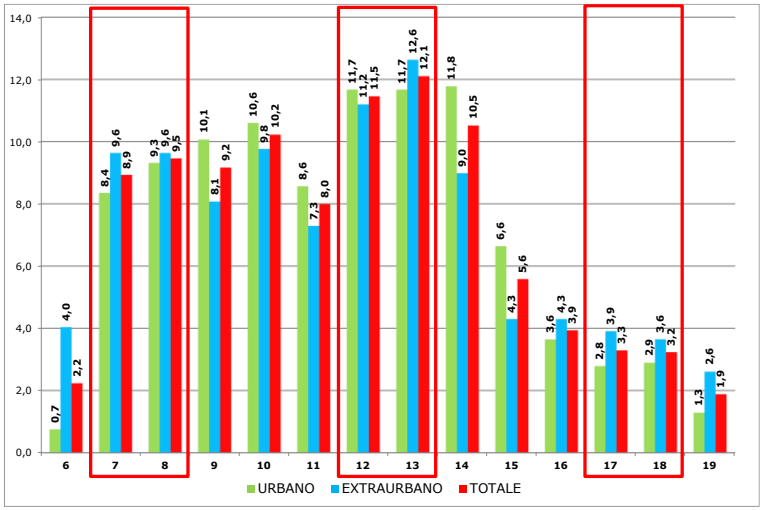
Nel complesso delle **2 campagne** condotte nell'**anno 2025** sono stati realizzati **3.134 contatti** che hanno portato ad ottenere **1.702 interviste** rivolte agli attuali clienti del servizio. Nei contatti complessivi rientrano i rifiuti, i soggetti già intervistati, le interviste interrotte/incomplete/parziali oltre che le interviste complete utili

La numerosità complessiva di **interviste utili raccolte** consente di garantire, per tutti gli indicatori di primo livello analizzati, un **errore statistico** inferiore al **+/- 2,16%** circa, con un livello di confidenza del 95% per tutti gli indicatori di primo livello analizzati. La successiva Tavola riporta il dettaglio annuo per le due tipologie di servizio

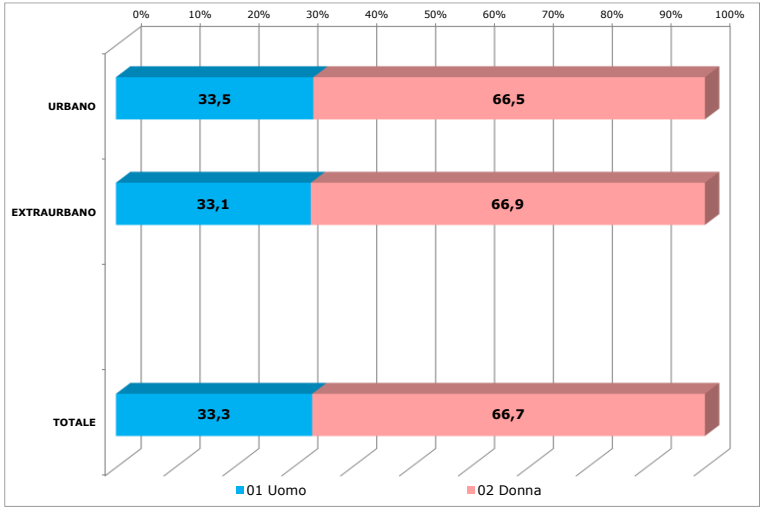
ID	TIPO SERVIZIO	CAMPIONE TEORICO n° interviste	CAMPIONE EFFETTIVO n° interviste	Scartate Rifiuti Non Interv n.	CONTATTI n.	Errore %
1	URBANO	900	934	817	1.751	+/- 3,05
2	EXTRAURBANO	700	768	615	1.383	+/- 3,40
TOTALE		1.600	1.702	1.432	3.134	+/- 2,16

Profilo del campione

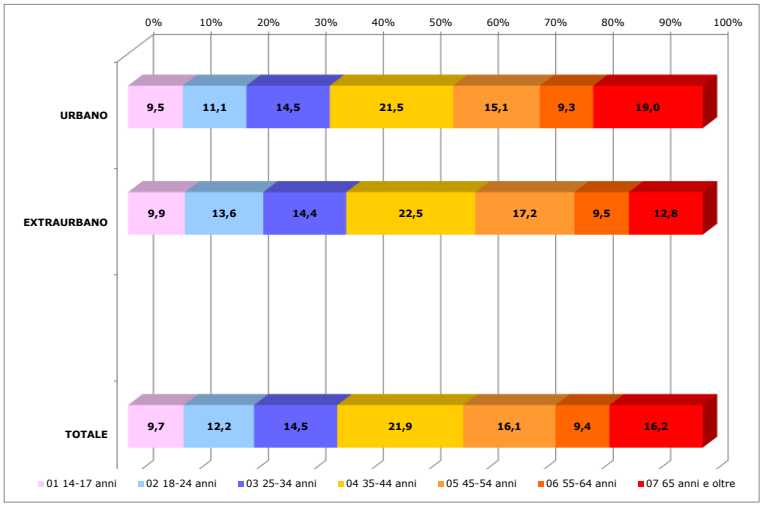
Ora intervista (%)



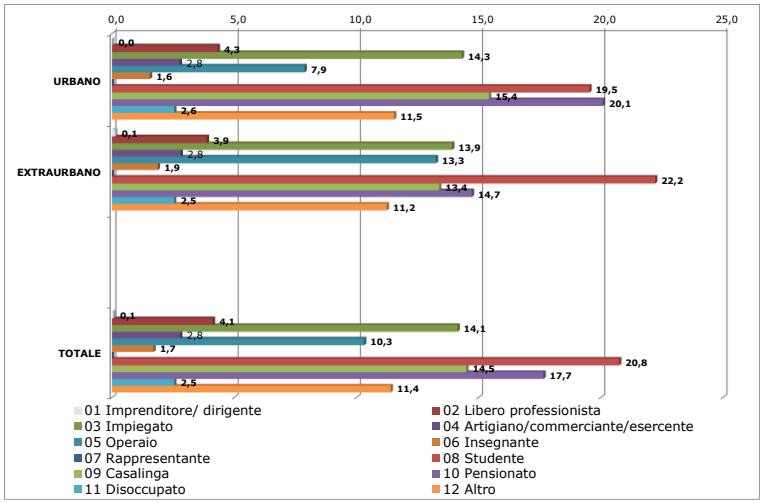
Genere (%)



Fascia di età (%)

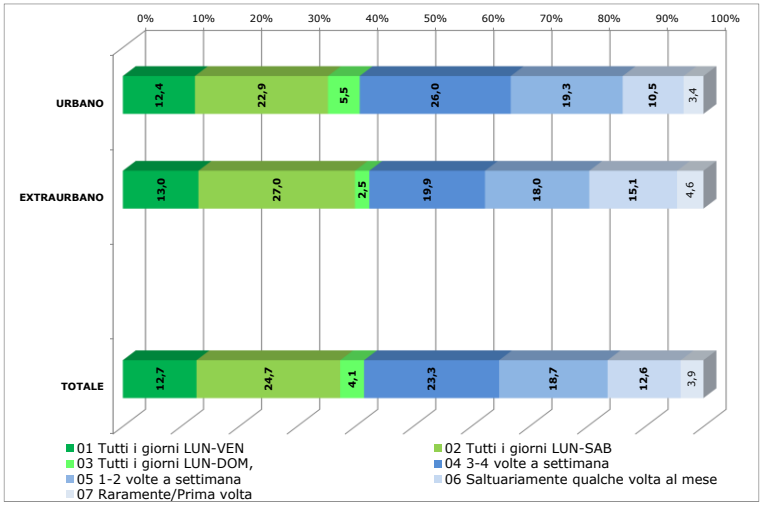


Professione (%)

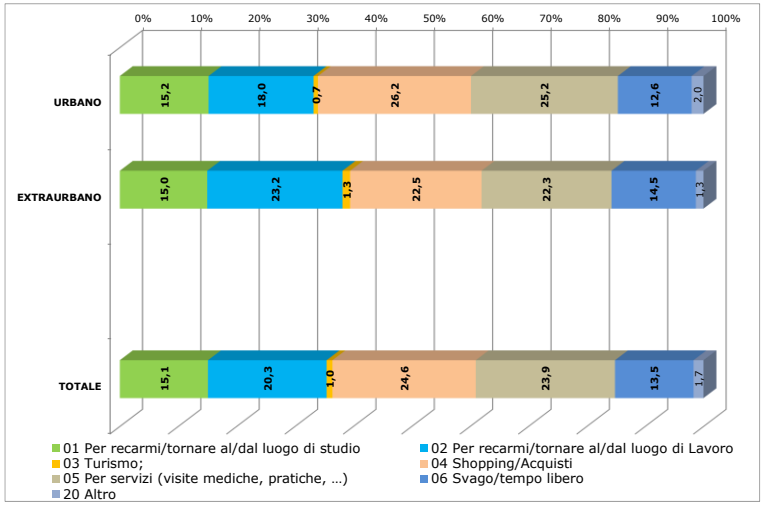


Base: 1.702 interviste servizio nel complesso

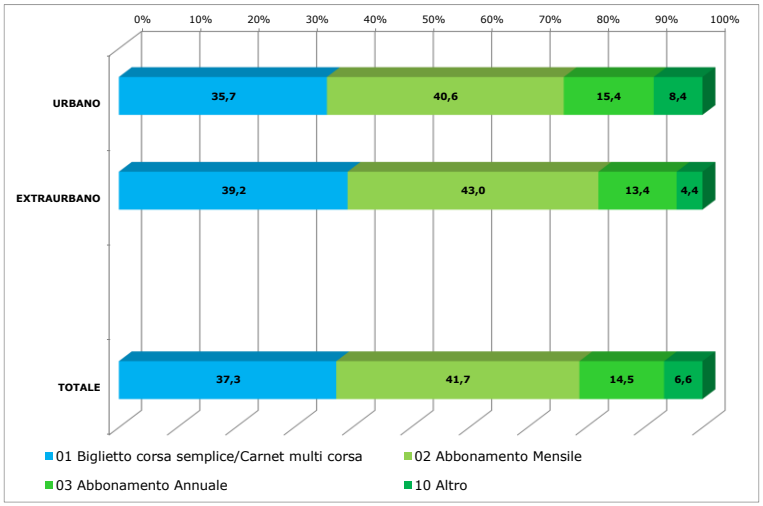
Frequenza spostamento (%)



Motivo spostamento (%)



Titolo di viaggio utilizzato (%)



Base: 1.702 interviste servizio nel complesso



PARTE 3
CUSTOMER SATISFACTION

wave **primavera** 2025

27

fattori di qualità analizzati, di cui **6 macro-fattori**

wave **autunno** 2025

22

fattori di qualità analizzati, di cui **6 macro-fattori**

voto medio

soddisfatti

ipercritici

entusiasti

L'indagine, volta a verificare la **qualità percepita dall'attuale clientela**, ha analizzato il servizio di TPL utilizzando una **batteria di fattori**, afferenti a 6 aspetti del servizio, rispetto ai quali l'intervistato ha espresso un **voto** in una scala di giudizio **da 1 a 10**, dove 1 rappresentava la minima soddisfazione e 10 la massima soddisfazione

Per ogni fattore considerato è stato calcolato il **voto medio** e la percentuale di utenti **soddisfatti**, ovvero la percentuale di quanti hanno espresso un voto **≥ 6**, al netto di coloro i quali hanno affermato di non voler o non saper rispondere in merito ad un dato item

Inoltre, per ciascun fattore è stata calcolata la percentuale di clienti **ipercritici**, quanti hanno espresso un **voto ≤ 3**, e di clienti **entusiasti**, quanti hanno espresso un **voto ≥ 9**

Le successive tavole riportano i **risultati** della CS **cumulati** delle **2 campagne** condotte nell'**anno 2025** per ognuno dei **micro fattori di qualità** analizzati distintamente per ciascuna tipologia di servizio

Indicatori Customer: servizio nel COMPLESSO

ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Soddisfatti v. ≥ 7	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 8	
B01	Puntualità del servizio	7,14	87,00	72,46	1,77	12,53	
B02	Regolarità del servizio in termini di rispetto delle fermate previste	7,57	94,59	81,69	0,30	19,98	
B03	Frequenza/Disponibilità delle corse	6,86	86,50	65,87	1,72	7,67	
B04	Integrazione modale con altre modalità di trasporto pubblico locale	7,00	90,28	70,64	1,26	7,39	
B05	Tempo di viaggio/Durata del viaggio	7,21	92,59	75,23	0,67	11,78	
B06	Adeguatezza del prezzo del biglietto/abbonamento	6,91	87,05	64,71	0,61	8,60	
B07	Servizio nel complesso, rispetto all'Organizzazione del Servizio	7,19	92,24	76,26	0,53	8,58	
B08	Confortevolezza del mezzo: comodità, climatizzazione e rumore interno	6,98	85,99	68,56	2,19	9,75	
B09	Pulizia del mezzo	6,77	84,40	63,00	2,25	7,33	
B10	Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie a bordo del mezzo	6,96	85,62	67,44	1,53	10,12	
B11	Condotta di guida degli autisti	6,93	88,02	67,79	1,90	8,48	
B12	Confortevolezza delle fermate in termini di comodità, dotazioni e caratteristiche	6,46	79,68	49,67	3,31	5,29	
B13	Manutenzione e decoro delle fermate	6,76	91,39	57,08	0,12	4,13	*
B14	Servizio nel complesso rispetto al Comfort del Viaggio	6,87	87,84	68,68	1,82	5,11	
B15	Facilità di acquisto di biglietti e abbonamenti	7,55	94,68	82,72	0,12	18,84	
B16	Capillarità e diffusione delle informazioni sul servizio	7,02	89,15	70,35	1,07	8,58	
B17	Chiarezza ed esaustività delle informazioni sul servizio	7,34	96,88	84,77	0,00	9,47	*
B18	Tempestività delle informazioni sulle variazioni del servizio	6,99	91,22	68,38	0,27	7,43	*
B19	Diffusione e chiarezza delle informazioni audio/visive a bordo mezzo	7,60	96,35	84,20	0,12	18,96	*
B20	Accessibilità al servizio in termini di facilità di salita/discesa sui/dai mezzi	7,41	93,66	78,55	0,59	16,59	
B21	Servizio nel complesso rispetto all'attenzione verso il Cliente	7,24	93,54	77,26	0,53	10,46	
B22	Cortesia/Disponibilità del personale dell'Azienda	7,20	92,91	75,51	0,44	10,69	
B23	Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte del personale addetto alla controlleria	7,59	94,88	78,75	0,58	23,43	
B24	Efficienza del servizio reclami dell'Azienda	7,45	97,55	86,63	0,38	11,11	*
B25	Servizio nel complesso rispetto agli aspetti relazionali del personale dell'Azienda	7,29	94,42	79,26	0,29	10,34	
B26	Attenzione alle problematiche ambientali (utilizzo di mezzi a basse emissioni, ...)	7,13	94,96	72,54	0,17	7,98	
B27	**COME REPUTA IN IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO NEL SUO COMPLESSO**	7,22	94,77	78,91	0,76	8,40	

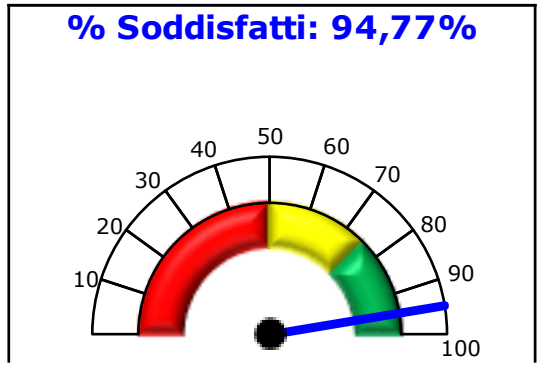
qual / met R O (c)

qualità percepita in sintesi

Voto medio



% soddisfatti



** Item investigato nella sola campagna primaverile 2025*

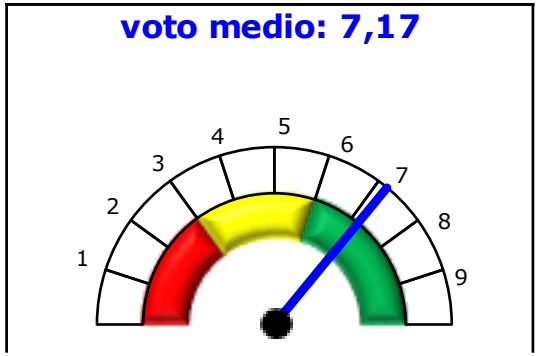
Base: 1.702 interviste

Indicatori Customer: servizio URBANO

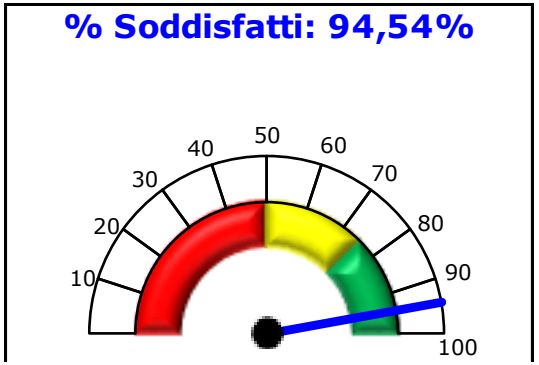
ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Soddisfatti v. ≥ 7	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 8	
B01	Puntualità del servizio	7,11	87,03	72,11	1,95	12,22	
B02	Regolarità del servizio in termini di rispetto delle fermate previste	7,56	94,57	80,76	0,43	21,09	
B03	Frequenza/Disponibilità delle corse	6,89	86,55	65,40	1,63	9,44	
B04	Integrazione modale con altre modalità di trasporto pubblico locale	7,04	90,40	71,45	1,58	8,75	
B05	Tempo di viaggio/Durata del viaggio	7,19	91,91	72,70	0,90	13,82	
B06	Adeguatezza del prezzo del biglietto/abbonamento	6,96	87,15	63,70	0,56	11,05	
B07	Servizio nel complesso, rispetto all'Organizzazione del Servizio	7,16	91,65	75,37	0,86	10,39	
B08	Confortevolezza del mezzo: comodità, climatizzazione e rumore interno	6,77	83,12	62,55	3,35	8,01	
B09	Pulizia del mezzo	6,66	83,57	57,84	2,70	7,14	
B10	Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie a bordo del mezzo	6,90	84,07	65,44	1,96	10,91	
B11	Condotta di guida degli autisti	6,84	86,89	63,71	2,17	8,23	
B12	Confortevolezza delle fermate in termini di comodità, dotazioni e caratteristiche	6,47	79,09	48,89	3,43	6,64	
B13	Manutenzione e decoro delle fermate	6,87	92,20	60,36	0,22	5,79	*
B14	Servizio nel complesso rispetto al Comfort del Viaggio	6,83	87,26	65,74	2,03	6,10	
B15	Facilità di acquisto di biglietti e abbonamenti	7,54	94,03	81,99	0,22	20,44	
B16	Capillarità e diffusione delle informazioni sul servizio	6,98	88,25	68,27	1,65	9,52	
B17	Chiarezza ed esaustività delle informazioni sul servizio	7,28	96,07	81,29	0,00	10,62	*
B18	Tempestività delle informazioni sulle variazioni del servizio	7,08	93,62	71,28	0,00	9,84	*
B19	Diffusione e chiarezza delle informazioni audio/visive a bordo mezzo	7,75	97,71	86,47	0,00	20,64	*
B20	Accessibilità al servizio in termini di facilità di salita/discesa sui/dai mezzi	7,41	93,71	78,96	0,98	17,68	
B21	Servizio nel complesso rispetto all'attenzione verso il Cliente	7,23	93,36	76,02	0,96	11,24	
B22	Cortesia/Disponibilità del personale dell'Azienda	7,14	92,75	72,82	0,79	9,97	
B23	Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte del personale addetto alla controlleria	7,60	94,29	78,57	0,95	25,24	
B24	Efficienza del servizio reclami dell'Azienda	7,46	97,85	86,74	0,36	11,47	*
B25	Servizio nel complesso rispetto agli aspetti relazionali del personale dell'Azienda	7,28	94,65	77,30	0,54	10,92	
B26	Attenzione alle problematiche ambientali (utilizzo di mezzi a basse emissioni, …)	7,17	94,98	73,86	0,15	9,42	
B27	COME REPUTA IN IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO NEL SUO COMPLESSO	7,17	94,54	77,73	1,18	7,92	

qual / met R O (c)
qualità percepita in sintesi

Voto medio



% soddisfatti



* Item investigato nella sola campagna primaverile 2025

Base: 934 interviste

IRTECO www.irteco.com

Indicatori Customer: servizio EXTRAURBANO

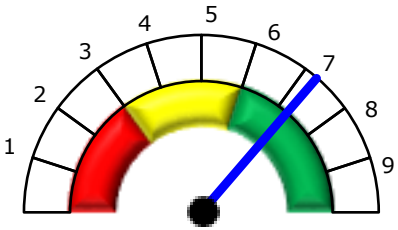
ID	Fattore qualità	Voto Medio	% Soddisfatti v. ≥ 6	% Soddisfatti v. ≥ 7	% Ipercritici v. ≤ 3	% Entusiasti v. ≥ 8	
B01	Puntualità del servizio	7,18	86,96	72,88	1,56	12,91	
B02	Regolarità del servizio in termini di rispetto delle fermate previste	7,60	94,62	82,81	0,13	18,64	
B03	Frequenza/Disponibilità delle corse	6,82	86,45	66,45	1,84	5,53	
B04	Integrazione modale con altre modalità di trasporto pubblico locale	6,96	90,13	69,66	0,88	5,74	
B05	Tempo di viaggio/Durata del viaggio	7,24	93,39	78,20	0,40	9,38	
B06	Adeguatezza del prezzo del biglietto/abbonamento	6,86	86,93	65,88	0,65	5,75	
B07	Servizio nel complesso, rispetto all'Organizzazione del Servizio	7,22	92,97	77,34	0,13	6,38	
B08	Confortevolezza del mezzo: comodità, climatizzazione e rumore interno	7,23	89,45	75,78	0,78	11,85	
B09	Pulizia del mezzo	6,91	85,40	69,23	1,69	7,56	
B10	Sicurezza rispetto a furti, borseggi e/o molestie a bordo del mezzo	7,04	87,46	69,83	1,02	9,18	
B11	Condotta di guida degli autisti	7,04	89,38	72,74	1,57	8,78	
B12	Confortevolezza delle fermate in termini di comodità, dotazioni e caratteristiche	6,45	80,37	50,59	3,16	3,69	
B13	Manutenzione e decoro delle fermate	6,64	90,48	53,38	0,00	2,26	*
B14	Servizio nel complesso rispetto al Comfort del Viaggio	6,92	88,54	72,27	1,56	3,91	
B15	Facilità di acquisto di biglietti e abbonamenti	7,56	95,44	83,57	0,00	16,95	
B16	Capillarità e diffusione delle informazioni sul servizio	7,07	90,19	72,75	0,41	7,49	
B17	Chiarezza ed esaustività delle informazioni sul servizio	7,40	97,76	88,53	0,00	8,23	*
B18	Tempestività delle informazioni sulle variazioni del servizio	6,89	88,74	65,38	0,55	4,95	*
B19	Diffusione e chiarezza delle informazioni audio/visive a bordo mezzo	7,43	94,83	81,65	0,26	17,05	*
B20	Accessibilità al servizio in termini di facilità di salita/discesa sui/dai mezzi	7,41	93,60	78,07	0,13	15,27	
B21	Servizio nel complesso rispetto all'attenzione verso il Cliente	7,26	93,75	78,78	0,00	9,51	
B22	Cortesia/Disponibilità del personale dell'Azienda	7,27	93,11	78,79	0,00	11,57	
B23	Frequenza dei controlli dei titoli di viaggio da parte del personale addetto alla controlleria	7,57	95,57	78,95	0,14	21,33	
B24	Efficienza del servizio reclami dell'Azienda	7,44	97,22	86,51	0,40	10,71	*
B25	Servizio nel complesso rispetto agli aspetti relazionali del personale dell'Azienda	7,31	94,14	81,64	0,00	9,64	
B26	Attenzione alle problematiche ambientali (utilizzo di mezzi a basse emissioni, ...)	7,08	94,93	70,92	0,19	6,19	
B27	**COME REPUTA IN IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO NEL SUO COMPLESSO**	7,28	95,05	80,34	0,26	8,98	

qual / met R O (c)

qualità percepita in sintesi

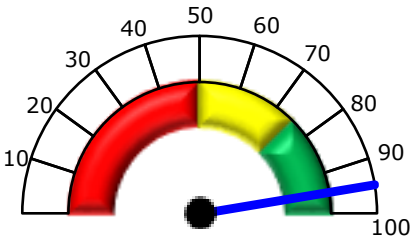
Voto medio

voto medio: 7,28



% soddisfatti

% Soddisfatti: 95,05%



** Item investigato nella sola campagna primaverile 2025*

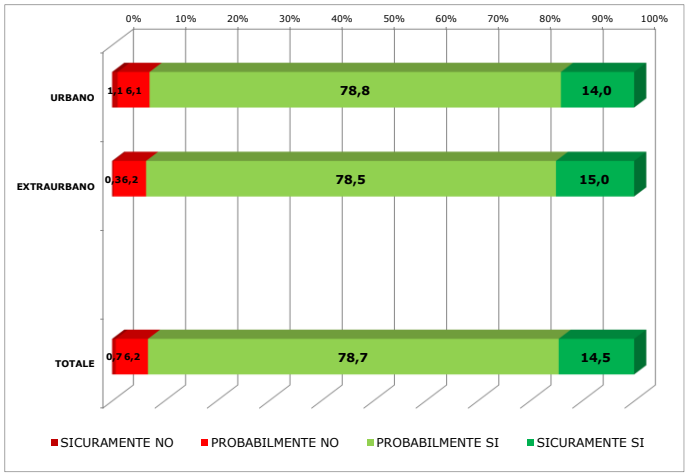
Base: 768 interviste

Net Promoter Score, NPS

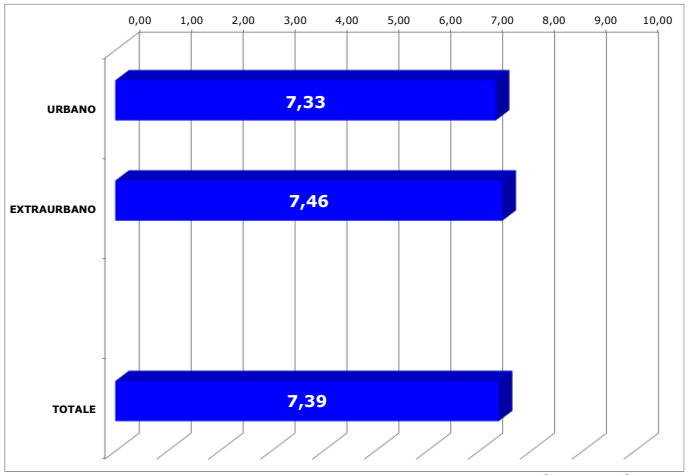
Il cliente, a conclusione della batteria dei fattori di qualità, è stato invitato ad esprimere la misura in cui, sulla base della propria personale esperienza, avrebbe consigliato ad un parente, ad un amico o ad un conoscente il servizio di TPL, mediante la formulazione di un **giudizio** compreso **tra 1**, corrispondente alla posizione "non lo consiglierei mai", **e 10** corrispondente alla posizione "sicuramente lo consiglierei"

Il **Net Promoter Score** (NPS) è un indice che valuta la **fedeltà nella relazione azienda←→cliente**, misurando la misura in cui un cliente consiglierebbe il servizio ad un proprio parente/amico/conoscente, atteso che **la soddisfazione** rispetto ad un servizio di cui si è fruito, in generale, **conduce** un soggetto **a proporre** la "positività" dell'esperienza vissuta anche ad altre persone

Consiglierebbe il servizio ad un amico, parente o conoscente ...? %



Quanto lo consiglierebbe, con un voto 1-10? v.m.



Base: 1.702 interviste servizio nel complesso



PARTE 4
IMPORTANZA FATTORI QUALITÀ

Importanza fattori qualità

Qualità attesa

Dopo l'analisi dei risultati della Customer Satisfaction, che ha evidenziato punti di forza e punti di debolezza del servizio, è fondamentale conoscere l'**importanza di ciascun dei 5 macro-fattori di qualità** per l'attuale clientela, in termini di **livello di importanza ricoperta** dai singoli aspetti del servizio

Importanza dichiarata

Conseguentemente, al soggetto rispondente è stato richiesto di posizionare i 5 macro-fattori di qualità del servizio indagati in ordine di importanza dalla 1^ alla 3^ posizione

Importanza calcolata

Sulla base dei risultati dell'indagine è stato possibile **calcolare** il posizionamento di ogni fattore in un graduatoria "avulsa", ovvero la percentuale di clienti che hanno indicato un determinato fattore in una data posizione, **qualità attesa calcolata**

Importanza CALCOLATA
Fattori più importanti %: servizio nel complesso



Base: 1.702 interviste servizio nel complesso