

Indagine conoscitiva sulla soddisfazione dei viaggiatori delle Autolinee

Risultati Sintetici CS 2025 – Seconda wave

(Rilevazione novembre 2025)

Obiettivi e metodologia



Obiettivi dell'indagine

- Analisi delle **tipologie dei viaggiatori e fruitori del servizio** di trasporto della linea *Autolinee* di Ferrotramviaria.
- Misurare il **livello di soddisfazione** dei viaggiatori del servizio ricevuto da parte di Ferrotramviaria.
- **Need del cittadino-utente del trasporto pubblico del futuro.**



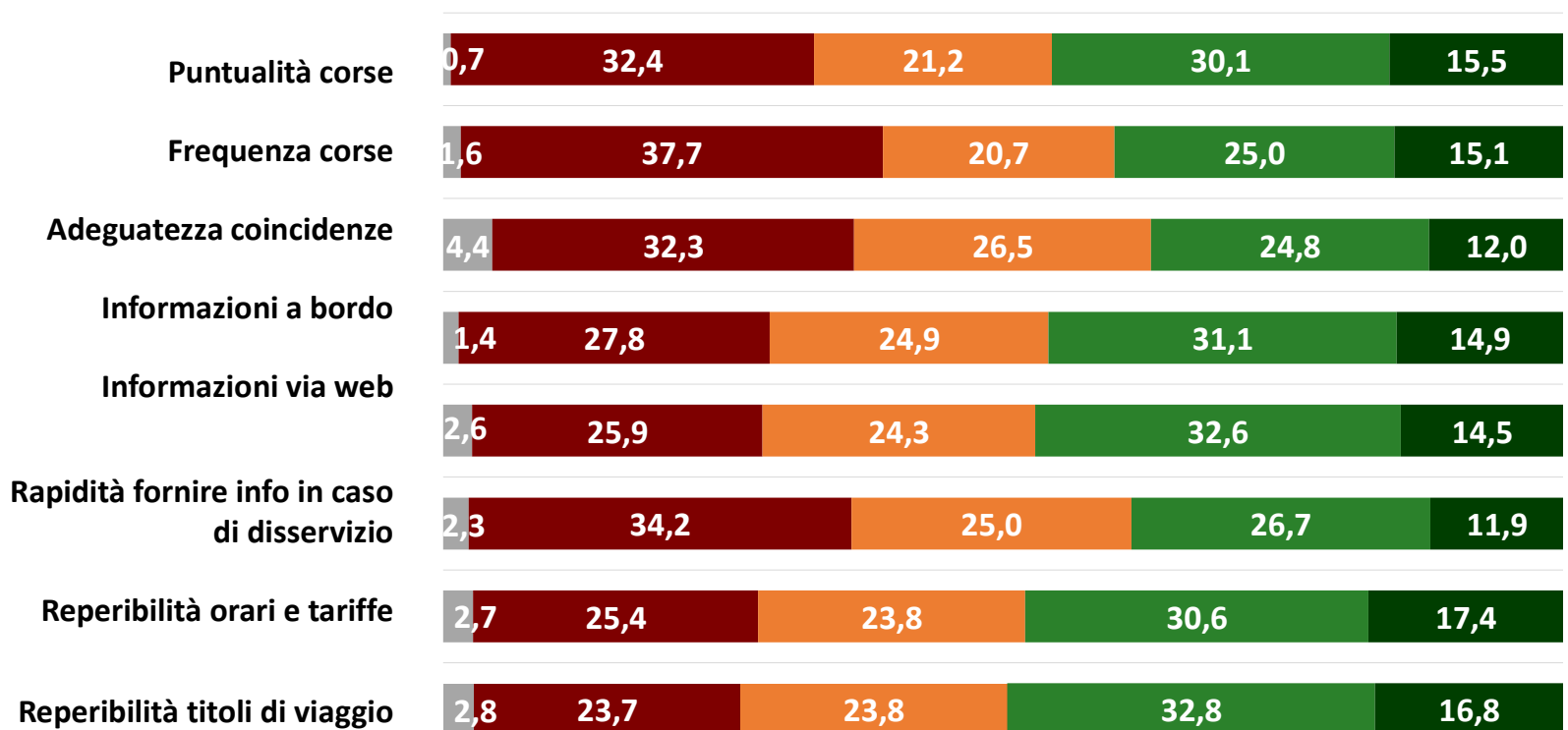
Metodologia

- Interviste su **questionario cartaceo auto-compilato.**
- *Campione: 1919 viaggiatori fruitori del servizio Autolinee di Ferrotramviaria complessivamente intervistati nel 2025, di cui 966 viaggiatori relativi alla 1^a wave) e 953 viaggiatori relativi alla 2^a wave.*

L'organizzazione del servizio

In ottemperanza a quanto previsto dall'Autorità di Regolazione dei Trasporti con la Delibera 16/2018, la soddisfazione della clientela è espressa con i voti compresi tra 7 e 9

2ª wave
CS 2025
("voti" 7-9)



66,8
60,8
63,3
70,8
71,5
63,5
71,9
73,5

Non indica **Insufficiente** ("voti" 1-6) **Discreto** ("voto" 7) **Buono** ("voto" 8) **Ottimo** ("voto" 9)

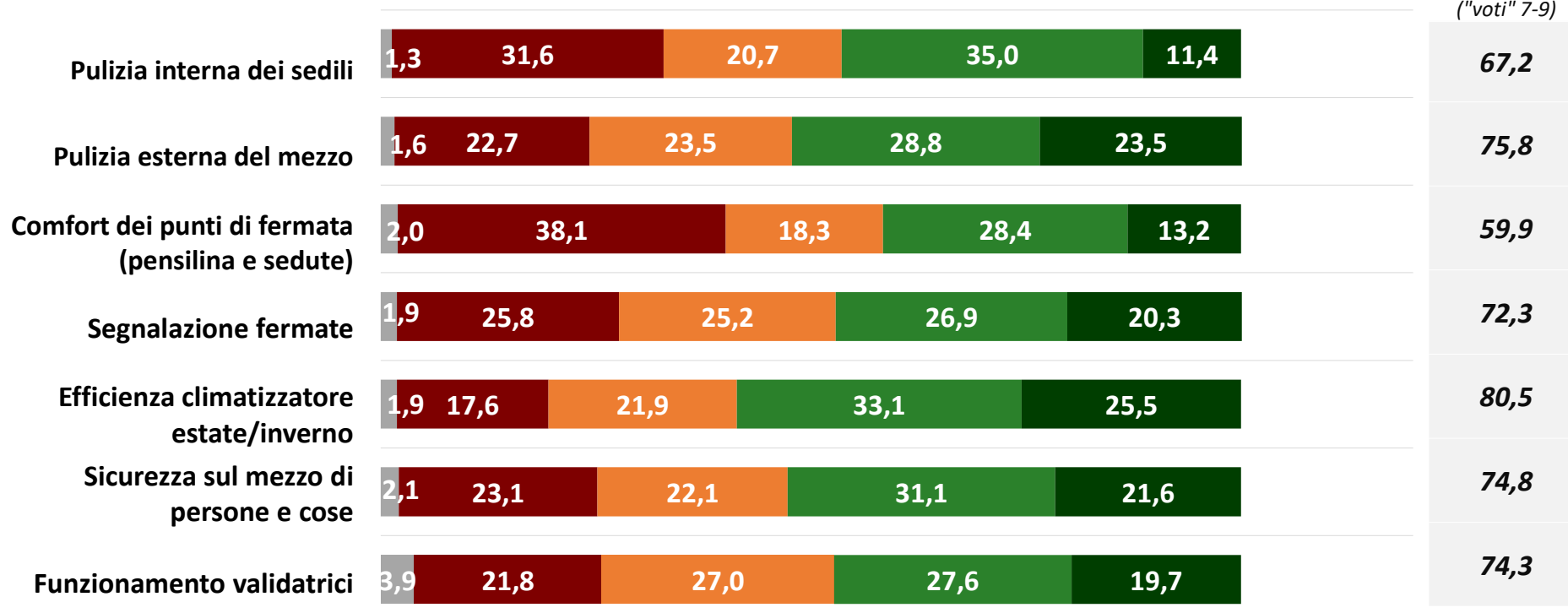
nota: il totale dei "voti" 7-9 è arrotondato dopo aver effettuato la somma dei singoli valori puntuali

Campione: 953 viaggiatori linea Autolinee, 2ª wave CS 2025 – novembre 2025 – valori %

Comfort del servizio

In ottemperanza a quanto previsto dall'Autorità di Regolazione dei Trasporti con la Delibera 16/2018, la soddisfazione della clientela è espressa con i voti compresi tra 7 e 9

2^a wave
CS 2025
(*"voti" 7-9*)



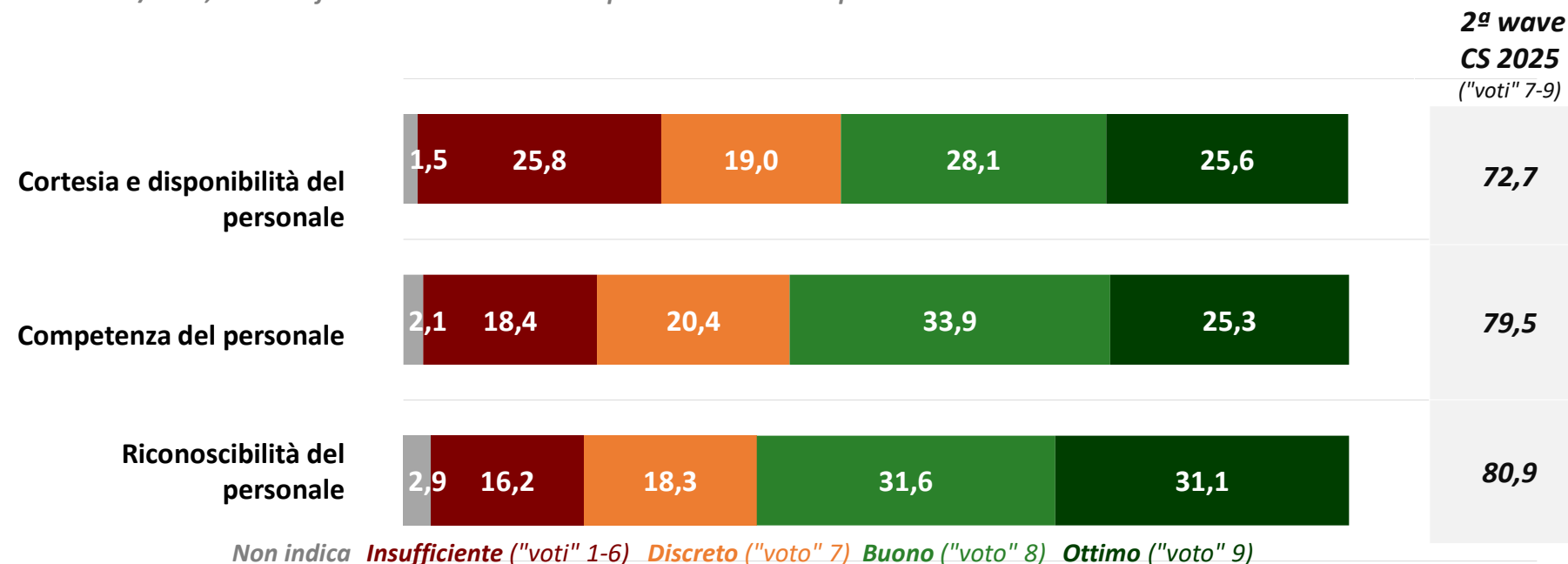
Non indica **Insufficiente** (*"voti" 1-6*) **Discreto** (*"voto" 7*) **Buono** (*"voto" 8*) **Ottimo** (*"voto" 9*)

nota: il totale dei "voti" 7-9 è arrotondato dopo aver effettuato la somma dei singoli valori puntuali

Campione: 953 viaggiatori linea Autolinee, 2^a wave CS 2025 – novembre 2025 – valori %

Aspetti relazionali personale di bordo

In ottemperanza a quanto previsto dall'Autorità di Regolazione dei Trasporti con la Delibera 16/2018, la soddisfazione della clientela è espressa con i voti compresi tra 7 e 9



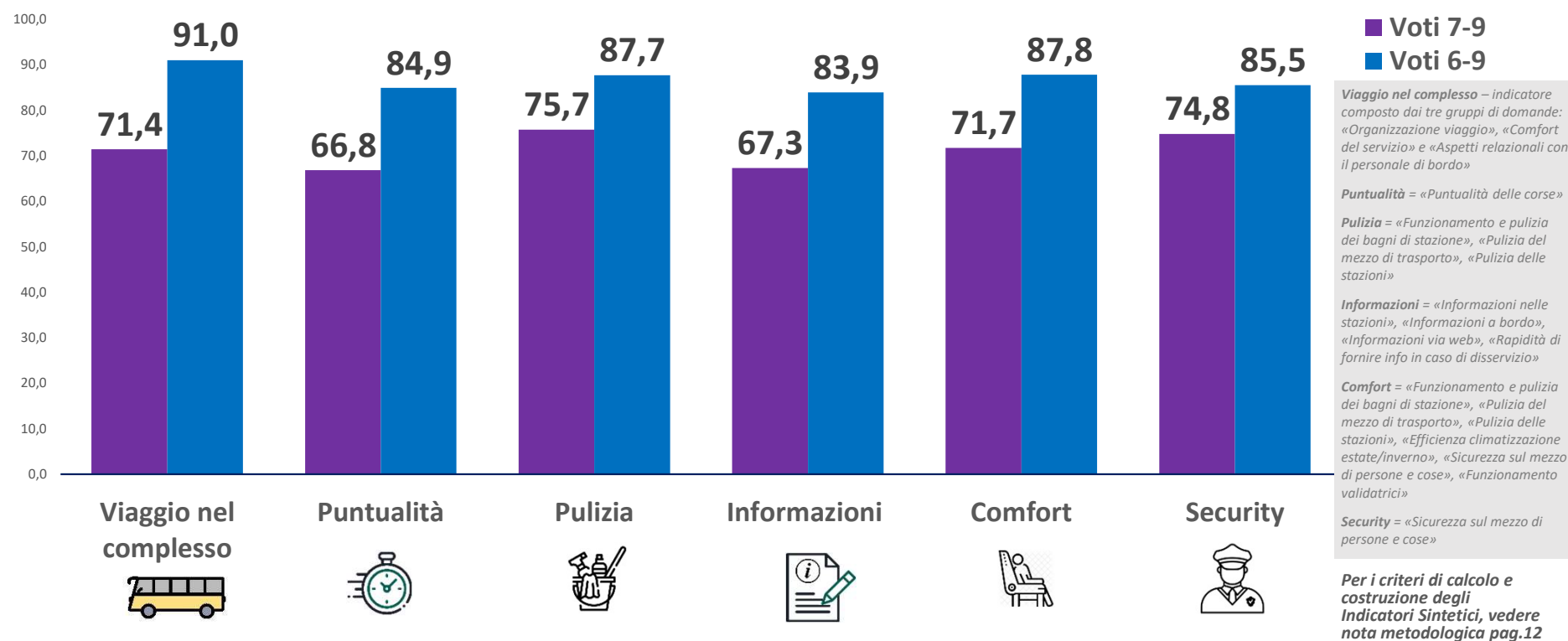
nota: il totale dei "voti" 7-9 è arrotondato dopo aver effettuato la somma dei singoli valori puntuali

Campione: 953 viaggiatori linea Autolinee, 2^a wave CS 2025 – novembre 2025 – valori %

Customer Satisfaction – risultati sintetici – II Wave 2025

Andamento dei principali parametri 2ª Wave CS 2025

Il giudizio espresso dalla clientela è positivo con voti compresi tra 6 e 9. La rappresentazione dell'intervallo di voto 7-9 è coerente con quanto previsto dall'Autorità di Regolazione dei Trasporti con la Delibera 16/2018

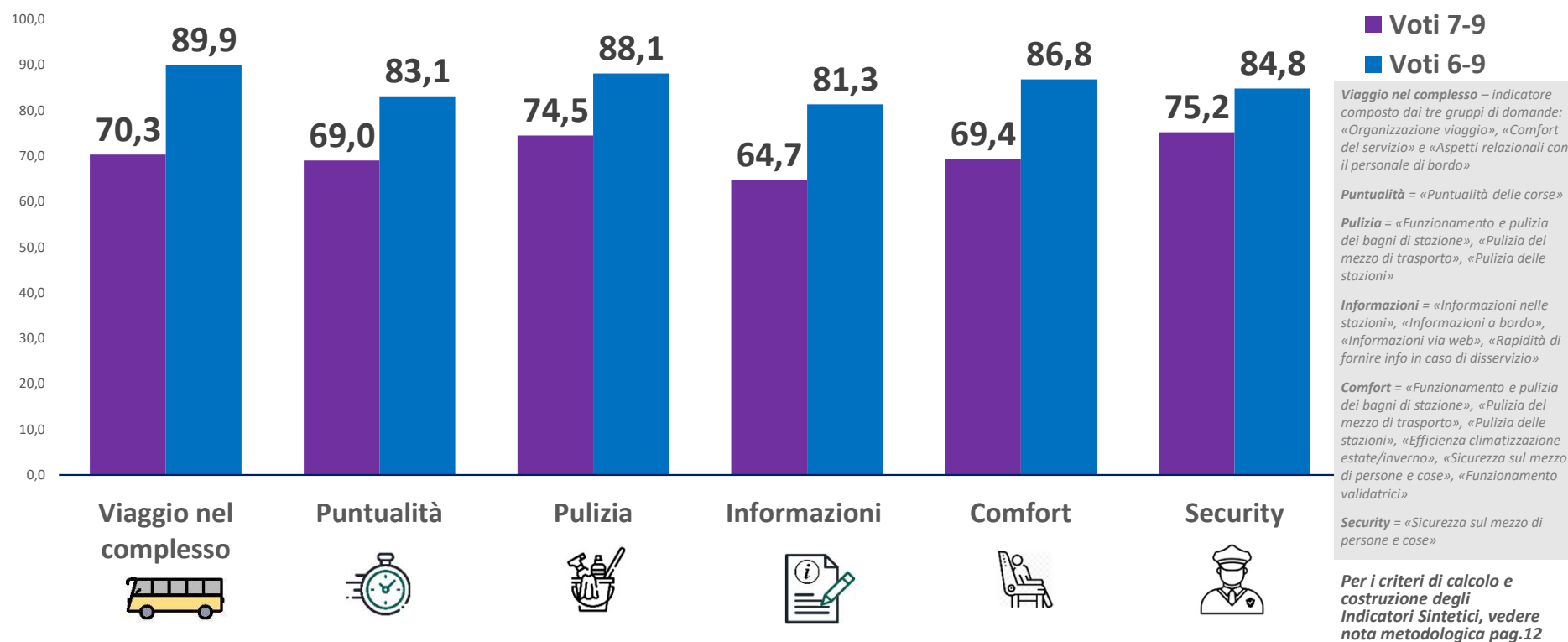


Campione: 953 viaggiatori linea Autolinee, 2ª wave CS 2025 – novembre 2025 – valori %

Customer Satisfaction – risultati sintetici – Totale CS 2025

Andamento dei principali parametri Totale CS 2025

Il giudizio espresso dalla clientela è positivo con voti compresi tra 6 e 9. La rappresentazione dell'intervallo di voto 7-9 è coerente con quanto previsto dall'Autorità di Regolazione dei Trasporti con la Delibera 16/2018



Campione: 1919 viaggiatori linea Autolinee, Totale CS 2025 – valori %

Nota metodologica: costruzione indicatori Sintetici

Gli indicatori sintetici «**Viaggio nel complesso**», «**Pulizia**», «**Informazioni**» e «**Comfort**» sono stati ottenuti come media dei singoli indicatori semplici (unica eccezione per «**Puntualità**» e «**Security**», i cui valori corrispondono direttamente a quelli dei singoli item «Puntualità delle corse» e «Sicurezza sul mezzo di persone e cose»).

Una volta calcolata questa media è stata poi calcolata la percentuale dei voti “7-9”. Quest’ultimo valore percentuale (voti “7-9”) può pertanto non coincidere con la media delle percentuali delle singole componenti, perché pur se presenti valori inferiori a 7 di un indicatore, per gli altri indicatori potrebbero presentarsi valori superiori, tali per cui la media diviene superiore al 7.

Dunque gli **Indicatori Sintetici** non sono stati calcolati come media semplice dei meri valori percentuali “7-9”, in quanto per avere un risultato fedele alla percezione dei rispondenti è più indicato considerare l’intero spettro dei voti “1-9” anziché solo i voti “7-9”.

GPF

INSPIRING RESEARCH



Via Federico Confalonieri 36, Milano



www.linkedin.com/company/gpf-inspiring-research

@ info@gpf.it

 gpf.it

