

5 «LA GESTIONE DEL CLIENTE E LA QUALITÀ DEL SERVIZIO»



La certificazione delle reti di TPL : sfide e opportunità dalla norma UNI EN 13816

Ing. Franco Gazzotti

ISFORT si avvale della collaborazione di

Con il patrocinio di

Roma – 10/11/2020

DEPARTMENT OF COMPUTER, CONTROL, AND
MANAGEMENT ENGINEERING ANTONIO RUBERTI



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



Associazione per il governo regionale,
locale e urbano della mobilità sostenibile

Franco Gazzotti, mi occupo di TPL da 30 anni

- ▶ FIAT Modena 1985-1990: Responsabile Tecnologie di Produzione
- ▶ ATC Bologna 1990-1995: Dirigente Tecnologie
- ▶ ATC Bologna 1995-2006: Dirigente Commerciale
- ▶ Consulente 2006-oggi : TPL

- | | | | |
|-----------------------|--------------------|--------------------------|----------------------------------|
| ▶ TPER Bologna | ▶ TIEMME Siena | ▶ Regione Liguria | ▶ ARST Cagliari |
| ▶ VELA s.p.a. Venezia | ▶ Astana LRT (KZ) | ▶ Regione Marche | ▶ STP Bari |
| ▶ ATR Forlì-Cesena | ▶ CTM Cagliari | ▶ Provincia di Bolzano | ▶ ATM Milano |
| ▶ AMI Ferrara | ▶ STPS Sondrio | ▶ FNMA Varese | ▶ GTT Torino |
| ▶ ACT Reggio Emilia | ▶ Busitalia Veneto | ▶ ATVO San Donà di Piave | ▶ FNMA Milano |
| ▶ ATV Verona | ▶ Line Lodi | ▶ Regione Lombardia | ▶ STIE Varese |
| ▶ ARFEA Alessandria | ▶ Line Lecco | ▶ SASA Bolzano | ▶ MOVIBUS |
| ▶ ATB Bergamo | ▶ KM Cremona | ▶ Navigazione Laghi | ▶ CTPI Varese |
| ▶ AMAT Milano | ▶ START Romagna | ▶ ASF Como | ▶ Città Metropolitana di Firenze |

Cha cosa è la UNI EN 13816

- **la norma**
- **le modalità applicative**
- **case history: la certificazione di un'azienda**

La certificazione lato cliente

- **le motivazioni,**
- **le potenzialità,**
- **la comunicazione,**
- **il mercato**

La parola al Certificatore

- **Visite ispettive e l'ottenimento della certificazione (TUV – Fabrizio Fujani)**

Trasportare persone non è solo un obbligo ma una mission, è la ragione per la quale operiamo , è la ragione per la quale esistiamo

Dobbiamo cambiare passo
da molta attenzione al “cliente istituzionale” e
scarsa attenzione al “cliente finale” ad **una
primaria attenzione al cliente finale**



L'attenzione al cliente deve essere premiata con meccanismi previsti nei Contratti di Servizio e/o dalla contrattualistica interna, basati in particolare sulla opinione del cliente stesso rilevata con la customer satisfaction



La normativa UNI EN 13816 può aiutare a trovare le adeguate soluzioni che oggettivano i giudizi attraverso la certificazione diretta del servizio, della rete di vendita e dei punti di accesso.



La norma UNI-EN 13816/2002 fornisce alle Aziende di TPL **le linee guida** per la certificazione di qualità del servizio focalizzando l'attenzione sulle **esigenze ed aspettative del cliente**, quale elemento centrale ed imprescindibile del sistema di trasporto.

Il servizio di trasporto pubblico è **progettato ed esercito (erogato)** per garantire la mobilità dei cittadini sul territorio con standard di qualità adeguati.

È il servizio di trasporto pubblico ad essere conforme alla norma e non l'azienda erogatrice del servizio stesso.

La normativa **EN 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:

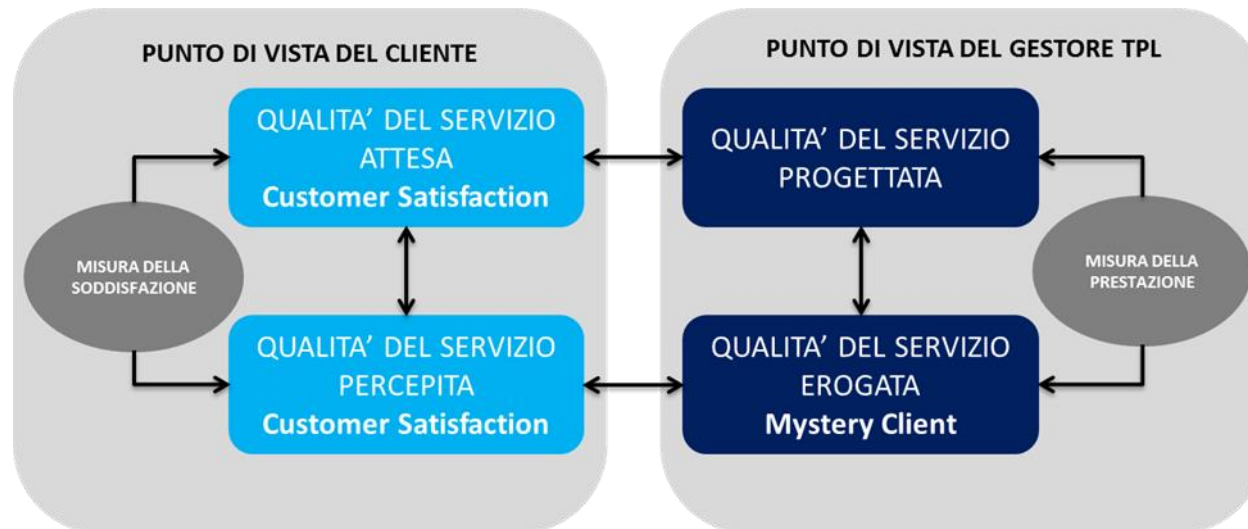
- **Operatori trasporto pubblico**: sia singoli che associati (in quest'ultimo caso è possibile condividere le responsabilità), al fine di allinearsi alle aspettative della clientela;
- **Autorità/Amministrazioni competenti**: l'applicazione dello standard può generare benefici addizionali in caso di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

La certificazione nelle proprie varie forme, ed anche ai sensi della EN13186, è la garanzia per il cliente 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 con la garanzia di qualità che la certificazione assicura, condizione di eccellenza che può rappresentare un vantaggio competitivo rispetto ad altri soggetti.

Il ciclo della qualità

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 esercisce (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.



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.

L'interpretazione dei fattori di qualità

- **disponibilità**: ambito del servizio erogato in termini di area geografica, orari, frequenza e modalità di trasporto;
- **accessibilità**: accesso al sistema di trasporto pubblico di passeggeri, inclusa l'interfaccia con altre modalità di trasporto;
- **informazioni**: diffusione sistematica di notizie su un sistema di trasporto pubblico di passeggeri per facilitare la pianificazione e l'esecuzione di viaggi;
- **tempo**: aspetti temporali rilevanti per la pianificazione e l'esecuzione di viaggi;
- **attenzione al cliente**: elementi del servizio introdotti per adattare il più efficacemente possibile il servizio di riferimento alle esigenze dei singoli clienti;
- **comfort**: elementi del servizio introdotti allo scopo di rendere i viaggi sui mezzi di trasporto pubblico di passeggeri più rilassanti e piacevoli;
- **sicurezza**: senso di protezione personale avvertito dai clienti, che deriva da misure effettivamente attuate e da attività volte a garantire che i clienti siano informati di tali misure;
- **impatto ambientale**: effetto sull'ambiente che deriva dall'erogazione di un servizio di trasporto pubblico di passeggeri.

Al fine di poter raggiungere la certificazione ed offrire un servizio di trasporto in linea con i desiderata del cliente è opportuno:

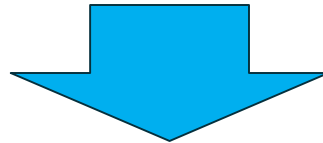
- **identificare le aspettative** implicite ed esplicite **del cliente** e della azienda
- **identificare i vincoli** (legali, politici, finanziari, ...)
- **identificare** gli attuali **livelli di qualità** del servizio e le **aree di miglioramento**
- **misurare il livello di performance** mediante individuazione della tecnica di monitoraggio, della frequenza, ecc.
- **definire gli obiettivi di qualità** mediante l'individuazione di fattori di qualità misurabili nel tempo
- **intraprendere** le necessarie **azioni correttive per il miglioramento continuo della qualità** per ridurre il divario tra i livelli di qualità (programmata vs erogata vs percepita vs attesa al fine di avvicinare per quanto possibile la qualità attesa alla qualità programmata dall'azienda)
- **monitorare la qualità percepita** dal cliente rispetto al servizio erogato.

Le caratteristiche rilevanti del processo di certificazione

- l'uso di criteri obbligatori, specifici e complementari che prevedono la misura di attributi **orientati al cliente**, adoperando opportuni indicatori;



- la certificazione per **singola linea**, con la possibilità di scegliere quali certificare e quali no;
- la certificazione per **gruppi di linee** se coinvolgono risorse condivise, che appartengono ad una stessa area, che svolgono servizio analogo, ecc.
- la certificazione per **bacino** attraverso il campionamento delle linee che insistono sul bacino stesso in modo statico (rilevazioni standard) o dinamico (rilevazioni proporzionali ai km di linea)
- La certificazione di sistemi collegati al servizio come la **rete di vendita**



- definizione di un **criterio univoco** di rappresentazione dei risultati
- **l'output della misura** espresso in % di passeggeri o % di soddisfatti

Una o due campagne di indagini relative alla soddisfazione della clientela (ICS – Indagine di Customer Satisfaction) e di monitoraggio della qualità erogata (IMC – Indagine di Mystery Client) le quali vengono condotte in due momenti tipici per il servizio:

- **Maggio/giugno e ottobre/novembre (servizio ordinario su gomma o ferro)**
- **Maggio e agosto (servizi a forte vocazione turistica)**

Le due indagini field, unite ai dati aziendali, organizzativi e di esercizio (MDP – Misurazioni Dirette della Prestazione), permettono di calibrare le procedure di gestione del ciclo della qualità, fornendo anche una fotografia dello Stato di Fatto.

L'elaborazione dei dati rilevati permette di connettere le quattro aree della qualità (attesa, progettata, erogata e percepita) e di **misurare i gap esistenti**, individuando le aree di potenziale miglioramento in linea con quanto atteso dai clienti.

- Studio documentazione aziendale su qualità di linea (Contratto di servizio + Carta della mobilità)
- Definizione dei parametri di qualità EN 13816 livello 1, 2, 3
- Analisi delle misure dirette effettuate dall'azienda sul servizio e valutazione dei dati raccolti ai fini della certificazione
- Specificazione della qualità attesa ed obiettivi (da casi applicativi o questionario per misure soft)
- Creazione e condivisione form per le misurazioni (Customer, Mystery client e Misure dirette)
- Creazione e condivisione istruzioni per le misurazioni Mystery Client (e conteggio passeggeri, se necessario)
- Creazione e condivisione Data Entry per Customer, Mystery e Misure dirette
- Elaborazione e controllo dei dati sui parametri individuati
- Prima presentazione dei risultati su supporto tabellare
- Scrittura manuale sintetico qualità 13816
- Predisposizione reportistica finale
- Presentazione dei risultati durante 2 incontri definiti con il Cliente
- Supporto per l'ottenimento della certificazione ISO 13816 per i servizi secondo le tempistiche definite con l'Azienda;

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

- **Almeno 1 indicatore per ciascuna area;**
- **Indicatori facilmente misurabili e riproducibili attraverso ICS, IMC e MDP**

Inoltre viene normalmente valutata la congruenza degli indicatori con quanto previsto da Contratto di Servizio, Carta dei Servizi, indicatori relativi ad altre linee già precedentemente certificate secondo lo standard en 13816.

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

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	2.2.3 Trasbordo ad altre modalità di trasporto pubblico di passeggeri	
	2.3 Disponibilità biglietteria	2.3.1 Acquisto nella rete	2.3.1.1 Vendita a bordo di titoli di viaggio
		2.3.2 Acquisto fuori dalla rete	
3. Informazioni	3.1 Informazioni generali	3.1.3 Su fonti di informazione	3.1.3.1 Informazioni generali in fermata
			3.1.3.2 Informazioni generali a bordo
	3.2 Informazioni di viaggio in condizioni normali	3.2.2 Identificazione del punto di p/a	
		3.2.4 Info su tragitto	3.2.4.1 Info su tragitto in fermata
		3.2.5 Info su orario	3.2.5.2 Info su orario in fermata
4. Tempo	4.2 Rispetto dell'orario	4.2.2 Regolarità	
5. Attenzione al cliente	5.2 Interfaccia clienti	5.2.1 Richieste di informazioni	5.2.1.1 Call Center
			5.2.1.2 Tempestività
	5.3 Personale	5.3.1 Disponibilità	
		5.3.3 Competenze	
6. Comfort	6.4 Condizioni ambientali	6.4.1 Ambiente	6.4.1.1 Climatizzazione
		6.4.3 Pulizia	6.4.3.1 Pulizia del mezzo
7. Sicurezza	7.1 Deterrenza dal crimine	7.1.1 Piani preventivi	7.1.1.1 Sicurezza patrimoniale
	7.2 Prevenzione incidenti	7.2.2 Prevenzione	7.2.2.1 Sicurezza del viaggio
			7.2.2.2 Condotta di guida
8. Impatto ambientale	8.1 Inquinamento	8.1.1 Gas di scarico	
		8.1.2 Rumore	

Per la valutazione della **Qualità Percepita ed Attesa** vengono elaborati due diversi indicatori:

- **Valutazione media** (espresso in valore assoluto, con un range da 1 a 10). L'indicatore è calcolato come media aritmetica delle valutazioni espresse dagli utenti.
- **Indice di qualità** (espresso in %). l'indicatore è ottenuto calcolando la percentuale di utenti che hanno attribuito una valutazione sopra una determinata soglia (per la qualità percepita pari a 6 e per la qualità attesa pari a 8).

Per la valutazione della **Qualità progettata** vengono considerati i livelli di qualità che il fornitore dei servizi intende erogare ai clienti (espresso in %).

Per la valutazione della **Qualità erogata** vengono considerate due tipologie di indagine:

- **Indagine di mystery client** (espresso in valore assoluto, con un range da 1 a 10). L'indicatore è calcolato come media ponderata per numero di passeggeri presenti, secondo un calcolo specifico.
- **Misure dirette delle prestazioni**: dati forniti direttamente dall'azienda.

UNI EN 13816 : Analisi dei GAP

Percentuale di soddisfatti

Livello 1 (EN13816)	Livello 2 (EN13816)	Livello 3 (EN13816)	Livello 4 (esplicitato dall'Azienda)	Qualità attesa	Qualità Progettata	GAP1 (QP-QA)	Qualità Erogata	GAP2 (QE-QP)	Qualità Percepita	GAP3 (QP2-QE)	GAP4 (QA-QP2)
1. Disponibilità	1.3 Operatività	1.3.2 frequenza		81,3%	99,90%	18,6%	100,00%	0,1%	81,00%	-19,0%	0,3%
2. Accessibilità	2.2 Interfaccia interna	2.2.3 trasbordo ad altre modalità di trasporto pubblico di passeggeri		81,3%	60,00%	-21,3%	85,00%	25,0%	77,00%	-8,0%	4,3%
	2.3 Disponibilità biglietteria	2.3.1 acquisto nellarete	2.3.1.1 vendita a bordo di titoli di viaggio	84,3%	100,00%	15,7%	42,00%	-58,0%	77,00%	35,0%	7,3%
		2.3.2 acquisto fuori dallarete		84,3%	85,00%	0,7%	100,00%	15,0%	78,00%	-22,0%	6,3%
3. Informazioni	3.1 Informazioni generali	3.1.3 su fonti di informazione	3.1.3.1 call center	84,3%	68,00%	-16,3%	90,00%	22,0%	87,00%	-3,0%	2,7%
			3.1.3.2 tempestività	84,3%	90,00%	5,7%	100,00%	10,0%	87,00%	-13,0%	-2,7%
4. Tempo	4.2 Rispetto dell'orario	4.2.2 regolarità		81,3%	99,00%	17,7%	99,95%	0,9%	79,00%	-20,9%	2,3%
5. Attenzione al cliente	5.3 Personale	5.3.1 disponibilità		84,3%	70,00%	-14,3%	100,00%	30,0%	88,00%	-12,0%	2,7%
		5.3.3 competenze		84,3%	70,00%	-14,3%	100,00%	30,0%	87,00%	-13,0%	-2,7%
6. Comfort	6.4 Condizioni ambientali	6.4.1 ambiente	6.4.1.1 climatizzazione	88,8%	95,00%	6,2%	100,00%	5,0%	88,00%	-12,0%	0,8%
		6.4.3 pulizia		88,8%	55,00%	-33,8%	97,33%	42,3%	87,00%	-10,3%	1,8%
7. Sicurezza	7.1 Deterrenza dal crimine	7.1.1 piani preventivi	7.1.1.1 sicurezza patrimoniale	88,8%	85,00%	-3,8%	99,99%	15,0%	89,00%	-11,0%	-0,2%
	7.2 Prevenzione incidenti	7.2.2 prevenzione	7.2.2.1 sicurezza del viaggio	88,8%	85,00%	-3,8%	99,97%	15,0%	89,00%	-11,0%	-0,2%
			7.2.2.2 condotta di guida	88,8%	85,00%	-3,8%	100,00%	15,0%	84,00%	-16,0%	4,8%
8. Impatto ambientale	8.1 Inquinamento	8.1.1 gas di scarico		89,6%	100,00%	10,4%	100,00%	0,0%	84,00%	-16,0%	5,6%

UNI EN 13816 : Matrice dei GAP

Percentuale di soddisfatti

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.

Un esempio di percorso di certificazioni ai sensi della 13816

[..\Certificazione 13816\ATB
Certificazione\Certificazione
2020\EN13816 ATB Riesame Rete 202
0 05 15.pdf](#)

- **Motivazioni**
- **Potenzialità**
- **Comunicazione**
- **Mercato**



Innovation is the ability to see the change as an opportunity – not a threat

1. **Promuovere un approccio di gestione ed assicurazione della qualità** del servizio di trasporto pubblico focalizzando l'attenzione sulle esigenze e le aspettative del cliente
2. **Ottenere un vantaggio competitivo nelle gare per l'affidamento del servizio;** nelle ultime gare sempre di più e a vario titolo, viene richiesta la certificazione del servizio e questo può essere vero anche nelle gare per l'assegnazione di concessioni per singole linee o gruppi di linee
3. **Inserire dei bonus nei rispettivi contratti di servizio;** i contratti di servizio possono prevedere la certificazione di linee o di tutto il servizio e questo per non incorrere in penali o per ottenere bonus.
4. **Influire in modo documentato,** sulle decisioni in materia di TPL degli Enti Regolatori e sulla Proprietà





Disciplinare di gara europea per l'affidamento dei servizi automobilistici di trasporto persone urbani ed extraurbani e dei servizi marittimi

Offerta tecnico-organizzativa – Attenzione ai viaggiatori – P.max 14

Sub-criterio 2 – Possesso certificazione UNI 13816 – sub peso Punti 3

*«...Il concorrente, al fine di ottenere il punteggio previsto per il seguente sub criterio, **deve aver acquisito e deve presentare, in copia conforme all'originale, la certificazione UNI EN 13816 relativa a servizi già svolti.***

In caso di concorrenti plurisoggettivi la certificazione deve essere posseduta da tutti i soggetti facenti parte del raggruppamento o quantomeno dai concorrenti che svolgeranno il servizio automobilistico. In caso di consorzi la certificazione deve essere posseduta dal solo consorzio o dal soggetto indicato dal consorzio quale esecutore del Servizio.

La mancanza della certificazione comporta l'attribuzione per il presente sub criterio di un punteggio pari a 0....»



E.2 - SUBCRITERIO – TEMPI CERTIFICAZIONE UNI-EN 13816 (1 punto)

Contenuto dell'offerta

Il concorrente deve indicare il periodo entro il quale si impegna ad ottenere la certificazione UNI – EN 13816, con l'estensione offerta al sub criterio E.3 e indicata nel foglio estensione in % certificazione UNI EN 13816. Il periodo non può essere superiore a 48 mesi. In caso di offerta che riporti un valore superiore a 48 mesi, l'offerta verrà esclusa. Laddove il concorrente non abbia indicato alcun valore (cella vuota), sarà considerato il numero di mesi massimo pari a 48 mesi.

Compilazione modello, valutazione dell'offerta e attribuzione del punteggio

Il concorrente deve compilare il foglio “Acquisizione certificazione UNI EN 13816”, qui sotto riprodotto, indicando il numero di mesi per l'ottenimento della certificazione. Per ciascun arco temporale la tabella riporta il punteggio massimo attribuito ai fini della valutazione in offerta tecnica.

ACQUISIZIONE CERTIFICAZIONE UNI EN 13816		
TEMPO PROPOSTO	ACQUISIZIONE ENTRO	PUNTEGGIO ATTRIBUITO
	24 mesi	1
	fra 24 e 1gg. e 30 mesi	0,5
	fra 30 e 1gg. e 36 mesi	0,3
	fra 36 e 1gg. e 42 mesi	0,1
	fra 42 e 1gg. e 48 mesi	0



Gara TPL - Regione Toscana (2)



Regione Toscana

E.3 - SUBCRITERIO – ESTENSIONE CERTIFICAZIONE UNI-EN 13816 (1 punto)

Contenuto dell'offerta

Il concorrente deve indicare la percentuale di servizio ($\text{km} \cdot \text{bus certificati} / \text{Km} \cdot \text{programmati} \times 100$) per la quale s'impegna all'acquisizione della certificazione UNI EN 13816 nei tempi indicati al sub criterio E.2 e riportati nel foglio acquisizione certificazione UNI EN 13816. Tale percentuale è riferita a ciascuna articolazione degli AMBITI TERRITORIALI DI RIFERIMENTO di cui al documento Tipologie ed Ambiti.– Progetto della rete razionalizzata al tempo T2, ... Tale tabella è riportata in Appendice alla Griglia. Il valore minimo ammesso non può essere inferiore all'80%. In caso di valore inferiore al 80%, l'offerta verrà esclusa. Laddove il concorrente non abbia indicato alcun valore (cella vuota), sarà considerata la percentuale minima pari a 80%.

Compilazione modello, valutazione dell'offerta e attribuzione del punteggio

Il concorrente deve compilare il foglio “Estensione in % Certificazione UNI EN 13816”, qui sotto riprodotto, indicando la percentuale in valore intero senza decimali, di estensione. Per ciascuna estensione in % la tabella riporta il punteggio massimo attribuito ai fini della valutazione in offerta tecnica.

ESTENSIONE IN % CERTIFICAZIONE UNI EN 13816		
ESTENSIONE IN % RISPETTO ALLE ARTICOLAZIONI AMBITI TERRITORIALI		PUNTEGGIO ATTRIBUITO
	100%	1
	fra 96% e 99%	0,75
	fra 91% e 95%	0,5
	fra 86% e 90%	0,2
	fra 81% e 85%	0,1
	80%	0



LINEE GUIDA DI COORDINAMENTO PER L’AFFIDAMENTO DEL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO LOCALE E LA REDAZIONE DEI CONTRATTI DI SERVIZIO 1 MARZO 2016

Al p.to 2.2 – Quadro programmatico dice:

Nel medio periodo la correlazione tra pianificazione/programmazione, gestione e valutazione del sistema, dovrà essere attuata attraverso processi di certificazione dei servizi ai sensi della norma UNI EN 13816:2002 «Trasporto pubblico di passeggeri: definizione, obiettivi e misurazione della qualità del servizio». La norma punta a una progettazione ed erogazione dell’offerta che sia sempre più attenta alle aspettative e capace di soddisfare la domanda di mobilità della realtà locale nel suo complesso, composta da utenti effettivi e utenti potenziali, da cittadini convinti e cittadini scettici sulla reale utilità del servizio pubblico.

- 
1. **Agire da leva per un continuo miglioramento ed evitare il degrado del servizio;** i servizi nel tempo tendono a degradare, la certificazione definisce un impegno per l'azienda nel tempo consentendo di determinare i punti di forza ed eventualmente di debolezza dei servizi offerti e il loro trend.
 2. **Stabilire un rapporto diretto con la normativa ISO 9001** garantendo la congruenza tra processi interni e processi legati più direttamente al cliente: l'azienda deve strutturarsi ed organizzarsi per garantire la certificazione contribuendo allo sviluppo dell'azienda in chiave cliente
 3. **Definire in modo più chiaro le responsabilità** (servizio erogato da più partner o da una sola azienda) dei processi che migliorano la qualità per il cliente e poter quindi **destinare in modo più preciso le risorse** alle attività che possono migliorare la soddisfazione del cliente
 4. **Pay-back** per una maggiore accettazione del servizio e delle tariffe praticate : possibile incremento di viaggiatori trasportati



1. **Promuovere la linea e/o il servizio nei riguardi del cliente** per accrescere il valore del servizio e favorire l'incremento dei viaggiatori trasportati
2. **Comunicare** all'interno della carta dei servizi e in tutto il materiale promozionale della linea, la certificazione della stessa ed i valori obiettivo definiti dall'Azienda
3. **Comunicare quello che si è in grado di sostenere** fornendo obiettivi logici ed obiettivi sfidanti, utilizzando una numerosità di parametri discreti
4. **Comunicare in modo focalizzato sui parametri** che sono in grado di modificare favorevolmente l'atteggiamento della clientela soprattutto in termini di percepito ed atteso



1. **Chi approccia/conosce la norma** e vuole monitorare ed incrementare la qualità del servizio erogato in termini di linea o di bacino
2. **Chi vuole sperimentare il processo di certificazione** su linee pilota (servizi rilevanti e di interessa aziendale siano esse urbane o extraurbane): questo consente di avvicinarsi alla norma, comprenderne i meccanismi, intervenire sulle linee in caso di non conformità o intervenire sui parametri definendone di specifici, focalizzare la comunicazione (**consigliato**)
3. **Chi vuole prepararsi a possibili temi di gara**
4. **Chi ha la certificazione all'interno dei propri contratti di servizio**
5. **Chi risponde ad una richiesta dell'Ente regolatore (Agenzia, Comune)**
6. **Chi crede nello sviluppo della qualità del servizio lato cliente** come valore aggiunto e imprescindibile per lo sviluppo della azienda



Quali sono le strutture coinvolte in Azienda

1. **Il Top Management** (la decisione strategica, il commitment)
2. **Commerciale o Rapporto con il cliente** (capo progetto o comunque coinvolto direttamente in tutto lo sviluppo del progetto di certificazione, supporta il processo decisorio)
3. **Esercizio** (coinvolto direttamente perché certamente attore del miglioramento della qualità del servizio e del suo mantenimento)
4. **Controllo Qualità** (coinvolto anche come capo progetto, garantisce la coerenza con le procedure interne)



Nel processo di certificazione normalmente sono coinvolti:

- **Azienda**
- **Consulenza qualificata e con esperienza specifica**
- **Società di rilevazione**
- **Ente Certificatore verrà indicato dall'Azienda Committente**

- **ATVO San Donà del Piave (linea 23, linea 19, linea 2)**
- **TIEMME s.p.a. (Linea 131 Siena-Firenze, Linea 138 Siena-Arezzo Linea 50G Grosseto-Siena-Firenze)**
- **ASF Como**
- **APT Gorizia**
- **ATAP Pordenone**
- **GTT Torino (Linea 4)**
- **STB Brindisi (1 linea urbana ed 1 linea extraurbana)**
- **Busitalia Veneto (Linee SIR1 e E015)**
- **Navigazione Laghi (Tutta la rete sui 3 Laghi)**
- **ATB Bergamo (Tutta la rete)**
- **TEB Bergamo**
- **AGI Milano**
- **LINE Lodi**
- **SAF Udine**

Grazie per l'attenzione

Franco Gazzotti
franco.gazzotti@fgsolutions.it

Visite ispettive e l'ottenimento della certificazione (TUV – Fabrizio Fujani)