



REPORT DI SINTESI

Aree di sosta e TPL

Rilevazioni 2024 e 2025

**CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS E SUPPORTO
ALL'OSSERVATORIO PER IL MONITORAGGIO SULLA
QUALITÀ DEI SERVIZI NECESSARIE ALL'ATTUAZIONE DEL
PROGETTO SULLA QUALITÀ DEI SERVIZI PUBBLICI LOCALI
DEL COMUNE DI BARI**



Indice

Aree di Sosta	
Confronto I rilevazione 2024 vs II rilevazione 2025	2
Executive Summary	3
Analisi comparativa I e II rilevazione	5
Mobilità urbana	
Confronto I rilevazione 2024 vs II rilevazione 2025	38
Executive Summary	39
Analisi comparativa I e II rilevazione	41
Benchmark: Bari vs altre città italiane ed europee	91
Bibliografia	92



c_a662.Comune di Bari - Prot. 18/09/2025.0321057.E

Aree di Sosta – Customer Satisfaction AMTAB (Bari) Confronto I rilevazione 2024 vs II rilevazione 2025

Executive Summary

Nel confronto tra le rilevazioni 2024 e 2025 sulla soddisfazione dei clienti delle aree di sosta di Bari emergono segnali complessivamente positivi, con diversi indicatori in miglioramento e un moderato aumento della soddisfazione generale. In particolare, la **soddisfazione complessiva per il servizio** risulta leggermente in crescita: la quota di utenti “molto soddisfatti” è passata dal 7% al 9%, mentre i “poco o per nulla soddisfatti” sono scesi dal 17% al 13% complessivo. Questo indica un *trend* di miglioramento percepito, sebbene la maggioranza degli utenti rimanga “abbastanza soddisfatta” (78% nel 2025). Complessivamente, su 20 indicatori specifici valutati, **11 mostrano un incremento**, 6 un calo e 3 rimangono sostanzialmente stabili, segno che gli interventi attuati tra le due indagini hanno prodotto più effetti positivi che negativi.

Le aree di maggiore miglioramento riguardano soprattutto la **sicurezza e le infrastrutture**. Si registra il balzo più rilevante nella percezione della “*presenza di impianti di videosorveglianza*”, il cui punteggio medio è aumentato di +0,12 punti (in una scala di soddisfazione) tra 2024 e 2025. Anche la “*comodità e adeguatezza delle aree di sosta*” è migliorata significativamente (+0,11), segnale che le condizioni fisiche dei parcheggi (spazi, accessi, ecc.) sono percepite più positivamente. Altri progressi degni di nota includono la “*facilità di acquisto dei titoli di sosta*” (+0,09) – probabilmente grazie all’introduzione o al potenziamento di strumenti digitali come app e sistemi di pagamento mobile – e una migliore *visibilità e segnaletica* nelle aree di parcheggio (+0,08). Da sottolineare anche un moderato avanzamento nella *chiarezza e completezza delle informazioni* fornite attraverso i canali ufficiali (+0,06 in ambito infrastrutture), indice di una comunicazione leggermente più efficace verso gli utenti.

D’altra parte, l’indagine evidenzia anche alcuni ambiti critici o di peggioramento, che meritano attenzione. Il calo più marcato si rileva nella “*disponibilità dell’intera gamma dei titoli di sosta*” presso le rivendite autorizzate, in flessione di -0,11 punti: questo suggerisce che nel 2025 gli utenti hanno trovato meno assortimento di biglietti/abbonamenti o maggiori difficoltà a reperire il titolo adatto alle proprie esigenze. **Pulizia e condizioni igieniche** delle aree di sosta rappresentano un altro punto debole: già insufficiente nel 2024, peggiora ulteriormente nel 2025 (-0,07), indicando insoddisfazione crescente per lo stato di decoro dei parcheggi. Lievi peggioramenti si riscontrano inoltre nella *sicurezza personale e patrimoniale* percepita all’interno delle aree di sosta (-0,05), nonostante la maggiore videosorveglianza, e nella *chiarezza delle informazioni* offerte dal personale ausiliario e dalle agenzie (-0,04/-0,05 in quei contesti specifici). Questi aspetti stabili o negativi segnalano aree dove le azioni correttive non sono ancora risultate evidenti per l’utenza, o dove nuovi problemi sono emersi.

In sintesi, rispetto al 2024 i clienti nel 2025 manifestano un atteggiamento leggermente più positivo verso il servizio di sosta: percepiscono qualche miglioramento nelle infrastrutture (segnaletica, comodità, sistemi di pagamento) e riconoscono gli sforzi nel potenziare la sicurezza tecnologica (telecamere). Tuttavia, persistono criticità strutturali in termini di pulizia, percezione di sicurezza personale e completezza dei servizi di biglietteria, che frenano una soddisfazione pienamente elevata. Anche l’utilizzo del numero verde di assistenza rimane basso (solo il 12% lo ha usato nel 2025, un dato in calo), a suggerire che molti utenti non lo considerano un canale utile o ne ignorano l’esistenza.

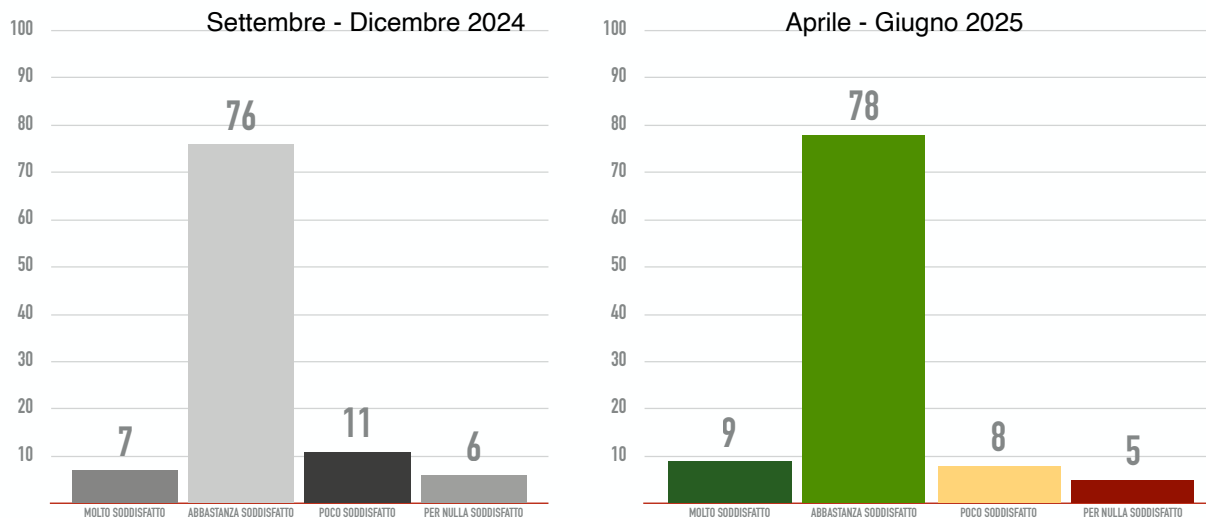
Le opinioni sulle possibili iniziative future del servizio indicano **resistenze ad ulteriori estensioni di misure restrittive**, ma anche apertura verso soluzioni sostenibili. La stragrande maggioranza degli intervistati continua a dirsi contraria sia all'estensione delle zone a sosta regolamentata (ZSR) ad altri quartieri (85% "no" nel 2025) sia all'introduzione della sosta a pagamento in orario serale nelle zone della "movida" (77% contrari) o nei giorni festivi (92% contrari). Al contempo, emerge un **forte consenso sull'ampliamento del Park & Ride**: l'88% è favorevole ad aumentare le aree di sosta periferiche con bus navetta, riconosciute come una valida alternativa per accedere in città. In linea con ciò, cresce leggermente anche la propensione a consigliare il servizio Park & Ride ad altri (gli utenti che gli assegnano un punteggio alto 4 o 5 su 5 passano dal 61,5% complessivo nel 2024 al 66,5% nel 2025). Questa tendenza suggerisce che il pubblico apprezza soluzioni di mobilità sostenibile e integrata quando funzionano bene, mentre resta cauto verso misure percepite come penalizzanti (pagamenti estesi) se non accompagnate da evidenti benefici.

In conclusione, la fotografia 2025 rispetto al 2024 mostra un servizio aree di sosta in lieve ma significativo miglioramento su diversi fronti, anche se alcuni aspetti operativi richiedono interventi decisi. Per consolidare e accelerare questo trend positivo, si raccomanda ad **AMTAB** e al **Comune di Bari** di agire in modo mirato: capitalizzare i progressi fatti (es. digitalizzazione pagamenti, videosorveglianza) e intervenire con urgenza dove le aspettative degli utenti non sono ancora soddisfatte (pulizia, risposta ai reclami, informazione e accessibilità). Nella sezione seguente, vengono analizzati in dettaglio i risultati per ciascun item dell'indagine, con commenti sulle variazioni osservate e raccomandazioni operative (in forma di suggerimenti) su breve (90 giorni), medio (180 giorni) e lungo termine (360 giorni) per gli attori coinvolti.

Analisi comparativa I e II Rilevazione

SERVIZI AREE DI SOSTA

COMPLESSIVAMENTE, IN CHE MISURA SI RITIENE SODDISFATTO DEL SERVIZIO DI GESTIONE DELLE AREE DI SOSTA OFFERTO DA AMTAB?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



Soddisfazione complessiva del servizio aree di sosta

La soddisfazione complessiva degli utenti verso il servizio di parcheggio mostra un lieve miglioramento. La percentuale di clienti che si dichiarano **molto soddisfatti** è salita dal 7% nel 2024 al 9% nel 2025, mentre i **poco soddisfatti** scendono dall'11% all'8% e i **per nulla soddisfatti** dal 6% al 5%. La grande maggioranza resta **abbastanza soddisfatta** (78% nel 2025, rispetto al 76% del 2024), segnale di una base di utenti moderatamente contenti ma con margine per ulteriori progressi. Questo spostamento di circa **2 punti percentuali** dalle valutazioni negative a quelle positive indica che nel 2025 il servizio è percepito leggermente meglio rispetto all'anno precedente. È plausibile che interventi come il miglioramento delle infrastrutture (es. segnaletica più chiara, nuovi metodi di pagamento) e un funzionamento generalmente più affidabile abbiano contribuito a questa crescita della soddisfazione generale. Tuttavia, il fatto che quasi l'87% degli utenti rimanga su un livello di soddisfazione solo medio ("abbastanza") segnala che il servizio ancora non eccelle ai loro occhi – forse a causa di alcuni problemi persistenti (pulizia, sicurezza personale, ecc.) che attenuano l'entusiasmo.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** comunicare attivamente agli utenti i miglioramenti già apportati (es. nuove telecamere, segnaletica aggiornata) per



consolidare la percezione positiva emergente. Contestualmente, raccogliere feedback mirato (es. sondaggi flash) per identificare rapidamente piccole correzioni da attuare nelle aree ancora critiche.

- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** affrontare i fattori chiave che limitano la piena soddisfazione: ad esempio, lanciare un piano straordinario di pulizia dei parcheggi e migliorare l’illuminazione e la sorveglianza per aumentare il senso di sicurezza degli utenti. Monitorare trimestralmente l’andamento della soddisfazione generale dopo questi interventi.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** implementare un programma continuo di miglioramento della qualità del servizio, con investimenti strutturali (es. riqualificazione aree di sosta, ampliamento servizi digitali) e campagne informative periodiche. Stabilire un obiettivo concreto di incremento del tasso di utenti “molto soddisfatti” (ad es. raddoppiarlo al 15% entro un anno) e monitorarne il raggiungimento, adattando le strategie di conseguenza.

Valutazioni per Aree di Servizio

SERVIZI AREE DI SOSTA

RIEPILOGO PUNTEGGI MEDI

	MEDIA PUNTEGGI 2 TORNATA (Apr - Giu. 2025)	MEDIA PUNTEGGI 1 TORNATA (Sett - Dic. 2024)
1.Cortesìa, disponibilità e professionalità	3,01	3,01
2.Chiarezza e completezza delle informazioni	2,86	2,90
3. Facilità di acquisto del titolo di sosta	2,99	2,98
4. Dislocazione sul territorio	2,46	2,46
5. Chiarezza e completezza delle informazioni	2,83	2,88
6. Disponibilità dell'intera gamma dei titoli di sosta	2,54	2,65
7.Visibilità della segnaletica orizzontale e verticale	3,01	2,93
8. Chiarezza e completezza delle informazioni	2,97	2,91
9. Aggiornamento delle informazioni	2,92	2,89



SERVIZI AREE DI SOSTA

RIEPILOGO PUNTEGGI MEDI

	MEDIA PUNTEGGI 2 TORNATA (Apr - Giu. 2025)	MEDIA PUNTEGGI 1 TORNATA (Sett - Dic. 2024)
10. Stato di manutenzione delle aree di soste	2,99	2,94
11. Presenza e funzionamento dei parcometri	3,22	3,16
12. Livello di servizio per i viaggiatori diversamente abili	2,92	2,95
13. Stato di manutenzione nelle aree di sosta	2,56	2,56
14. Pulizia e condizioni igieniche delle aree di sosta	2,25	2,32
15. Comodità e adeguatezza delle soste	2,72	2,61
16.Chiarezza e completezza delle informazioni	3,05	3,03
17.Adeguatezza del titolo rispetto alle Sue esigenze di sosta	2,76	2,70
18.Facilità di acquisto dei titoli di sosta	3,15	3,06
19. Sicurezza personale e patrimoniale all'interno delle aree di sosta	2,47	2,52
20. Presenza di impianti di video-sorveglianza	2,45	2,33



Servizi del personale ausiliario

Gli indicatori relativi al personale ausiliario (ausiliari del traffico/parcheggio) mostrano andamenti contrastanti ma in generale stabili. La **cortesia, disponibilità e professionalità** del personale ottiene lo stesso punteggio medio in entrambi gli anni (3,01 sia nel 2024 che nel 2025, su una scala 1–5), segno che il livello di servizio percepito dagli utenti in termini di atteggiamento del personale è rimasto invariato. Questo valore intorno a 3 indica una soddisfazione discreta ma non eccellente: gli utenti trovano il personale sufficientemente cortese e professionale, ma c'è spazio per rendere l'interazione ancora più positiva. In lieve calo risulta invece la *chiarezza e completezza delle informazioni fornite dal personale*: il punteggio medio scende da 2,90 a 2,86 (-0,04). Ciò suggerisce che nel 2025 gli ausiliari hanno fornito indicazioni percepite come meno chiare o esaustive rispetto all'anno precedente – forse a causa di minor tempo da dedicare agli utenti, formazione insufficiente su informazioni tariffarie/servizi, o comunicazioni non sempre uniformi. Di contro, rimane sostanzialmente stabile (leggero +0,01 da 2,98 a 2,99) la *facilità di acquisto del titolo di sosta tramite il personale ausiliario*, fattore che implica come l'assistenza offerta dagli ausiliari per pagare o ottenere biglietti non sia né migliorata né peggiorata in modo percepibile. In sintesi, l'esperienza utente relativa al personale sul campo non registra variazioni significative: il personale continua ad essere considerato abbastanza cortese e d'aiuto, ma c'è un lieve peggioramento nella capacità di dare informazioni chiare e complete, elemento che potrebbe derivare da informazioni aggiornate non prontamente comunicate allo staff o da esigenze formative.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** rinforzare la formazione del personale ausiliario sulle informazioni da fornire all'utenza (tariffe, regolamenti ZSR, utilizzo di app come MUVT, ecc.), magari distribuendo schede informative aggiornate e organizzando *briefing* periodici. Ciò aiuterà a colmare subito il gap di chiarezza informativa emerso.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** introdurre un sistema di *customer care* sul campo: ad esempio, prevedere che gli ausiliari facciano proattivamente brevi domande agli utenti sul livello di aiuto ricevuto o distribuiscano un contatto (email/QR code) per feedback. Questo coinvolgimento può sia motivare il personale a mantenere standard elevati di cortesia, sia fornire ad AMTAB indicazioni puntuali sulle aree di miglioramento nel rapporto operatore-utente.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** istituire un programma continuo di **miglioramento del servizio clienti** per il personale ausiliario, includendo formazione avanzata in comunicazione e problem solving, nonché eventuali incentivi per le prestazioni eccellenti (ad es. riconoscimenti al “personale più cortese dell'anno” basati sulle recensioni utenti). Il Comune può supportare finanziariamente o patrocinare queste iniziative per assicurare personale motivato e preparato, elevando stabilmente il punteggio di soddisfazione sopra la soglia del 3,0.

Servizi di rivendita (agenzie autorizzate)

Le rivendite autorizzate (agenzie, tabaccherie o altri punti vendita di titoli di sosta) mostrano alcuni indicatori in flessione, segnalando difficoltà nel 2025 rispetto all'anno precedente. La **dislocazione sul territorio** delle rivendite, già giudicata poco soddisfacente nel 2024, rimane invariata a 2,46 (nessun cambiamento). Questo punteggio basso indica che gli utenti continuano

a ritenere i punti vendita non sufficientemente diffusi o comodi da raggiungere: probabilmente vaste zone della città sono scoperte o costringono l'utente a deviazioni scomode per acquistare ticket fisici. Peggiora leggermente la percezione sulla *chiarezza e completezza delle informazioni nelle rivendite*, il cui punteggio medio scende da 2,88 a 2,83 (-0,05). Ciò può indicare che nel 2025 le agenzie erano meno fornite di materiali informativi aggiornati (es. tabelle tariffarie, mappe ZSR) o che il personale di rivendita fosse meno preparato nel fornire spiegazioni ai clienti sui prodotti di sosta disponibili. Il dato più critico però riguarda la *disponibilità dell'intera gamma dei titoli di sosta*: il punteggio cala significativamente da 2,65 a 2,54 (-0,11), evidenziando che molti utenti non trovano presso le rivendite tutti i tipi di biglietti o abbonamenti di cui avrebbero bisogno. Questo potrebbe essere dovuto a problemi logistici (rivenditori rimasti sprovvisti di alcuni titoli, ad es. abbonamenti mensili o ticket giornalieri) oppure a una contrazione dei punti vendita autorizzati che offre una gamma completa, costringendo gli utenti a cercare altrove. In sintesi, le rivendite nel 2025 vengono percepite ancora come **poco capillari e poco attrezzate**, con un peggioramento proprio nella capacità di soddisfare tutte le esigenze di titoli di sosta degli utenti.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** effettuare un controllo della rete di rivendite autorizzate, assicurandosi che ciascun punto sia rifornito di tutti i titoli di sosta disponibili. Inviare comunicazioni e aggiornamenti ai rivenditori con le informazioni più recenti (tariffe, nuove tipologie di abbonamento, istruzioni per l'app MUVT) in modo da migliorarne la capacità di informare i clienti.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** ampliare o riequilibrare la rete di punti vendita convenzionati nelle zone carenti. Ciò potrebbe includere l'attivazione di nuove rivendite in quartieri scoperti o l'installazione di distributori automatici di titoli di sosta presso luoghi strategici (es. parcheggi principali, fermate Park & Ride). Il Comune può facilitare accordi con nuovi esercizi commerciali per fungere da rivenditori, aumentando la copertura territoriale e quindi migliorando la "dislocazione" percepita.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB:** promuovere l'utilizzo di canali alternativi per la distribuzione dei titoli di sosta (app mobile, acquisto online, pagamenti elettronici) come complementi alla rete fisica. L'obiettivo è far sì che la **gamma completa** di soluzioni di sosta sia sempre accessibile all'utente: se una rivendita fisica non ha un certo abbonamento, l'utente dovrebbe comunque poterlo ottenere facilmente via app o web. In parallelo, monitorare continuamente la qualità del servizio delle rivendite e rimuovere/aggiungere punti vendita sulla base delle performance, in collaborazione con il Comune per gli aspetti autorizzativi.

Infrastrutture delle aree di sosta

La categoria "Infrastrutture" raggruppa vari aspetti delle aree di sosta (segnaletica, manutenzione, pulizia, dotazioni, ecc.) e presenta un quadro variegato, con alcuni miglioramenti importanti e alcune persistenti criticità.

Sul fronte positivo, gli utenti notano progressi nella **visibilità della segnaletica orizzontale e verticale**: il punteggio medio sale da 2,93 a 3,01 (+0,08). Questo indica che nel 2025 strisce, cartelli e indicazioni nei parcheggi erano più chiari o evidenti – forse grazie a riverniciature, nuovi cartelli installati o una migliore illuminazione. Anche la *chiarezza e aggiornamento delle informazioni esposte* nelle aree (ad es. pannelli informativi, cartellonistica sulle tariffe/regole)

migliora leggermente: la chiarezza delle informazioni passa da 2,91 a 2,97 (+0,06) e **l'aggiornamento delle informazioni** (ad es. orari, tariffe aggiornate) da 2,89 a 2,92 (+0,03). Ciò suggerisce uno sforzo da parte del gestore nel rendere più comprensibili e sempre attuali le comunicazioni sul posto – un aspetto positivo, anche se i valori restano sotto il 3, segno che c'è ulteriore margine di miglioramento nella comunicazione in loco.

Significativo è l'incremento nella *presenza e funzionamento dei parcometri*: punteggio da 3,16 a 3,22 (+0,06). Era già un punto relativamente forte, e il miglioramento indica che nel 2025 i parcometri erano più affidabili (meno guasti) o più diffusi nelle aree di sosta, facilitando il pagamento. Importante anche il balzo di **comodità e adeguatezza delle aree di sosta**, passato da 2,61 a 2,72 (+0,11). Gli utenti quindi trovano i parcheggi più comodi e adatti alle loro esigenze rispetto all'anno prima: ciò potrebbe riferirsi a spazi più organizzati, percorsi pedonali interni migliorati, più posti disponibili o altre migliorie strutturali (ad es. installazione di tettoie, panche, ecc.). Questo è un segnale incoraggiante, poiché la comodità d'uso è cruciale per l'esperienza complessiva.

D'altro canto, **permangono problemi** su altri aspetti infrastrutturali. Il *livello di servizio per i viaggiatori diversamente abili* è leggermente calato (da 2,95 a 2,92, -0,03): pur essendo una variazione minima, indica che le persone con disabilità trovano il servizio invariato o un po' peggiore – forse perché non sono state fatte ulteriori adattamenti (es. segnaletica tattile, posti riservati aggiuntivi) o perché eventuali ausili/installazioni esistenti hanno subito guasti non risolti prontamente. Ma l'indicatore più critico riguarda la **pulizia e le condizioni igieniche** delle aree di sosta, che peggiora da un punteggio già basso di 2,32 nel 2024 a un ancor più scarso 2,25 nel 2025 (-0,07). Questo dato, tra i peggiori dell'intera indagine, riflette parcheggi sporchi, cestini pieni, rifiuti o magari odori e sporcizia persistenti, e segnala che nel 2025 la situazione igienica non solo non è migliorata, ma è percepita in ulteriore deterioramento dagli utenti. Infine, la percezione dello *stato di manutenzione* delle aree di sosta presenta un quadro misto: una misura di "manutenzione" (probabilmente riferita a asfalto, segnaletica e strutture generali) è leggermente migliorata (da 2,94 a 2,99, +0,05), mentre un altro aspetto specifico di manutenzione resta fermo a 2,56 (nessun miglioramento). Questo lascia intendere che qualche intervento di manutenzione ordinaria è stato fatto (ad es. piccole riparazioni), ma altri elementi strutturali – forse bagni, recinzioni, o attrezzature come illuminazione – restano trascurati al punto che gli utenti non ne vedono beneficio.

In sintesi, **le infrastrutture delle aree di sosta di Bari nel 2025 appaiono leggermente più fruibili e ben segnalate rispetto al 2024**, con notevoli passi avanti in comodità e sistemi di pagamento. Tuttavia, questioni fondamentali come la pulizia e alcuni aspetti manutentivi rimangono irrisolti e condizionano negativamente l'esperienza utente.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** affrontare subito l'emergenza pulizia. Programmare interventi straordinari di pulizia approfondita in tutte le aree di sosta, aumentare la frequenza di svuotamento dei cestini e rimuovere graffiti o rifiuti ingombranti. Parallelamente, ispezionare le dotazioni per disabili (ascensori, rampe, posti riservati) e le strutture essenziali (illuminazione, asfalto) per identificare guasti o degrado evidente, effettuando le riparazioni urgenti.

- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** implementare un piano di manutenzione periodica e miglioramento infrastrutturale. Il Comune, in coordinamento con AMTAB, dovrebbe stanziare risorse dedicate per: rifacimento della segnaletica orizzontale sbiadita, riparazione strutturale di buche o recinzioni danneggiate, installazione di segnaletica aggiuntiva dove la chiarezza è ancora insufficiente (es. pannelli informativi multilingue o digitali). Inoltre, migliorare il comfort delle aree installando panchine, pensiline o sistemi di ombreggiamento dove appropriato. Per il servizio disabili, prevedere audit con associazioni di categoria per individuare miglioramenti (es. più parcheggi riservati, percorsi senza barriere) da realizzare entro 6 mesi.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** avviare un programma di **riqualificazione integrale** delle aree di sosta cittadine. Questo potrebbe comprendere investimenti in: sistemi di videosorveglianza aggiuntivi integrati con illuminazione intelligente per aumentare sicurezza e visibilità, implementazione di toilette automatiche e presidi igienici nei parcheggi più grandi, e magari la creazione di “hub di mobilità” moderni (Park & Ride ampliati con servizi, colonnine di ricarica elettrica, bike sharing). Il Comune di Bari dovrebbe guidare la pianificazione e reperire fondi (anche regionali/europei se disponibili) per tali interventi strutturali, mentre AMTAB curerà l’esecuzione e la gestione operativa. Obiettivo a 12 mesi: elevare sostanzialmente la qualità percepita delle infrastrutture (portando indicatori come pulizia e manutenzione almeno sopra il 3,0 di soddisfazione), rendendo le aree di sosta più sicure, pulite e user-friendly.

Titoli di sosta (biglietti, abbonamenti e tariffe)

Le valutazioni sugli aspetti relativi ai titoli di sosta – ovvero l’offerta tariffaria e le modalità di acquisto – mostrano nel 2025 un generale miglioramento rispetto all’anno precedente. La *chiarezza e completezza delle informazioni* sui titoli di sosta (tariffe, regole di utilizzo, durate dei ticket, ecc.) è leggermente cresciuta da un punteggio medio di 3,03 a 3,05 (+0,02). Pur essendo un incremento minimo, va notato che questo indicatore era già uno dei più alti: ciò significa che le informazioni tariffarie erano già abbastanza chiare e sono rimaste tali, con un marginale perfezionamento. Probabilmente gli utenti trovano agevole capire le opzioni di pagamento della sosta, grazie a comunicazioni chiare via cartellonistica o siti/app.

Un progresso più consistente si registra sull’**adeguatezza del titolo di sosta alle esigenze di parcheggio dell’utente**, passato da 2,70 a 2,76 (+0,06). Questo suggerisce che nel 2025 l’offerta di biglietti e abbonamenti si è allineata meglio ai bisogni degli utenti. Potrebbe indicare, ad esempio, l’introduzione di nuove formule di sosta (come abbonamenti flessibili, frazionamento orario più fine, tariffe diversificate per zona) che hanno incontrato il favore del pubblico. Nonostante il punteggio resti sotto il 3, l’aumento significa che meno persone hanno percepito un “mismatch” tra le opzioni disponibili e le proprie esigenze: un segnale incoraggiante sulla strada di una maggiore personalizzazione dell’offerta.

Decisamente positivo è il miglioramento nella *facilità di acquisto dei titoli di sosta*, salita da 3,06 a 3,15 (+0,09). Gli utenti quindi trovano più semplice pagare la sosta o procurarsi il ticket nel 2025 rispetto al 2024. Questo risultato è probabilmente legato alla maggiore diffusione di metodi di pagamento elettronico/mobile (ad esempio l’app **MUVT** o sistemi come Mobile Pay citati nell’indagine): chi in passato doveva cercare il parcometro o un punto vendita, nel 2025 potrebbe

aver potuto pagare via smartphone con più facilità. Anche l'aumento di affidabilità dei parcometri (come visto prima) contribuisce alla percezione di facilità.

È importante notare che il miglioramento nella facilità di acquisto convive però con la *diminuzione di disponibilità di tutti i tipi di titoli presso le rivendite* evidenziata nella sezione precedente. Ciò potrebbe sembrare contraddittorio: probabilmente chi ha adottato canali digitali ha trovato molto più comodo e immediato l'acquisto (spingendo in alto quel punteggio), mentre chi continua a preferire canali tradizionali ha risentito di alcune mancanze nelle rivendite (abbassando quell'altro indicatore). In sostanza, l'esperienza utente sta migliorando per chi sfrutta le innovazioni (da qui il punteggio di facilità d'acquisto in aumento), mentre resta insoddisfatto per chi si affida a canali classici che in alcuni casi non hanno offerto l'intera gamma di soluzioni.

In sintesi, **sul versante titoli di sosta Bari sta compiendo passi avanti verso la modernizzazione e l'usabilità**: le informazioni tariffarie sono chiare, l'offerta si amplia/modula leggermente meglio e soprattutto pagare la sosta diventa più facile, specie grazie al digitale. Rimangono però attenzioni da prestare affinché nessuna tipologia di utente resti indietro – in particolare, garantire che chi non usa app possa comunque trovare tutti i titoli che cerca attraverso i canali tradizionali.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** potenziare la comunicazione agli utenti sulle opzioni di pagamento disponibili. Ad esempio, lanciare una campagna informativa (poster nelle aree di sosta, messaggi sui social e sul sito AMTAB) per promuovere l'uso dell'app MUVT e spiegare chiaramente tutte le tipologie di ticket e abbonamenti in vigore, così che gli utenti conoscano le soluzioni più adatte alle loro esigenze. Contestualmente, verificare che tutte le informazioni tariffarie affisse (cartelli nei parcheggi, adesivi sui parcometri) siano aggiornate al 2025 e ben leggibili.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** introdurre eventuali nuovi titoli di sosta o modifiche tariffarie in risposta a esigenze emerse. Ad esempio, se dalle segnalazioni risulta domanda per un abbonamento settimanale o per pagamenti frazionati al minuto, valutare di implementare tali opzioni. Parallelamente, migliorare ulteriormente l'esperienza digitale: assicurarsi che l'app MUVT (o equivalenti) sia stabile, user-friendly, e magari introdurre incentivi all'uso (sconti o credito bonus per chi utilizza metodi elettronici).
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** lavorare a una **revisione organica dell'offerta tariffaria** e dei canali di vendita, da attuare entro un anno, per renderla ancora più aderente alle abitudini e necessità dei cittadini. Il Comune, in collaborazione con AMTAB, potrebbe condurre uno studio sugli utilizzi della sosta (durate medie, fasce orarie critiche, ecc.) e sulla penetrazione dei pagamenti digitali, al fine di rimodulare tariffe e titoli (es. tariffe progressive per lunga sosta, pacchetti multi-uso, integrazione con trasporto pubblico) e dimensionare la rete di vendita di conseguenza. L'obiettivo strategico: offrire entro 12 mesi un sistema di pagamento parcheggi semplice, flessibile e completamente accessibile via digitale, mantenendo al contempo canali tradizionali efficienti per chi ne ha bisogno, così che il punteggio di *facilità d'acquisto* continui a salire e quello di *adeguatezza dei titoli* superi finalmente la soglia di sufficienza (3,0).

Sicurezza nelle aree di sosta

I risultati relativi alla sicurezza evidenziano un andamento divergente tra due aspetti complementari: la percezione di sicurezza personale/patrimoniale e la presenza di tecnologie di sorveglianza. Da un lato, il senso di **sicurezza personale e patrimoniale all'interno delle aree di sosta** peggiora leggermente, con il punteggio medio che scende da 2,52 a 2,47 (-0,05). Questo indica che nel 2025 gli utenti si sono sentiti un po' meno al sicuro fisicamente (ad esempio, timori di furti, vandalismi o aggressioni) rispetto all'anno precedente. Può aver influito qualche episodio di cronaca locale (furti d'auto nei parcheggi, atti vandalici) oppure condizioni ambientali come scarsa illuminazione o presenza di persone sospette in certi parcheggi, che hanno minato la tranquillità degli utenti. Dall'altro lato, c'è un miglioramento significativo nella *percezione della presenza di impianti di videosorveglianza*: il punteggio sale da 2,33 a 2,45 (+0,12), il maggior incremento registrato tra tutti gli indicatori. Questo suggerisce che nel 2025 molti utenti hanno notato più telecamere nelle aree di sosta o sono stati consapevoli dell'installazione di nuovi sistemi di sorveglianza video. In sostanza, **si vedono più telecamere**, ma ciò non è ancora bastato a far sentire significativamente più sicuri gli utenti.

Il fatto che la sicurezza "soggettiva" non cresca in parallelo alla videosorveglianza può avere diverse cause: è possibile che le telecamere installate non coprano ancora tutte le zone critiche, oppure che non siano attivamente monitorate (sapere che c'è una telecamera non sempre rassicura se gli utenti dubitano che qualcuno intervenga in caso di problemi). Inoltre, la sicurezza percepita dipende anche da fattori come illuminazione, presenza di personale o forze dell'ordine, e dallo stato generale dell'area (un'area sporca o degradata trasmette insicurezza a prescindere dalle telecamere). Pertanto, nonostante l'ottimo passo avanti tecnologico, l'utente medio nel 2025 continua a valutare la sicurezza dei parcheggi comunali insufficiente (sotto 2,5 su 5), indicando che c'è ancora **molto lavoro da fare sul fronte sicurezza attiva e passiva** per guadagnare la fiducia degli automobilisti.

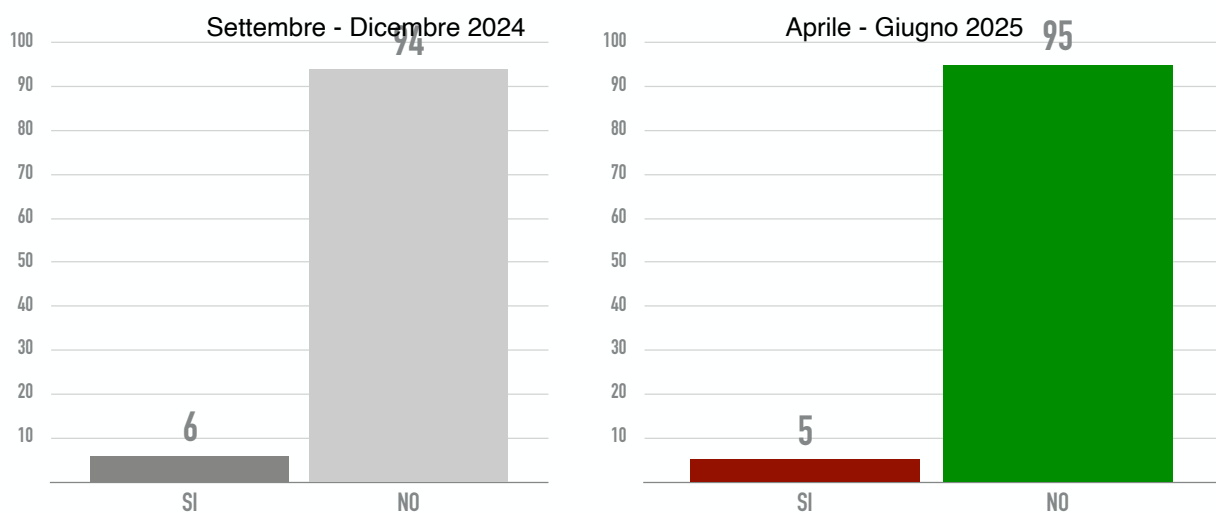
- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** migliorare subito la sicurezza percepita con azioni tangibili: intensificare il pattugliamento da parte degli ausiliari o vigilanti nelle ore di maggior affluenza, assicurare che l'illuminazione in tutte le aree di sosta sia funzionante e adeguata (sostituire lampadine bruciate, aggiungere punti luce in zone d'ombra) e installare cartelli ben visibili che informino dell'area video-sorvegliata e dei controlli in atto. Inoltre, per dare un segnale forte, AMTAB potrebbe collaborare con la Polizia Locale per avere passaggi più frequenti delle pattuglie nei parcheggi, soprattutto in quelli dove gli utenti hanno segnalato problemi.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** estendere e integrare i sistemi di sicurezza tecnologica. Il Comune dovrebbe investire per installare ulteriori telecamere nelle aree di sosta ancora scoperte e collegarle a una centrale operativa attiva (ad esempio, integrandole con il sistema di videosorveglianza urbana già esistente). AMTAB, dal canto suo, può introdurre un servizio di sorveglianza remota: personale dedicato che monitora in tempo reale le principali aree tramite le telecamere, pronto ad allertare le forze dell'ordine in caso di situazioni anomale. Contestualmente, avviare progetti di "parcheggio sicuro" dotando le aree di recinzioni, cancelli automatici o altri dispositivi di controllo accessi dove fattibile, almeno in alcuni parcheggi strategici, così da incrementare oggettivamente la sicurezza.

- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** puntare a **ridurre drasticamente il gap di sicurezza percepita**, integrando strategie di rigenerazione e presenza umana. Entro un anno, il Comune potrebbe lanciare un piano di riqualificazione dei parcheggi insicuri, ad esempio tramite migliore design urbano (eliminazione di angoli bui, murali anti-degrado, ecc.) e valutare l'istituzione di figure di *steward* di parcheggio nelle strutture più grandi (personale AMTAB o cooperative) per assistenza e deterrenza. Inoltre, si potrebbe implementare un sistema di allarme collegato all'app: gli utenti nel parcheggiare potrebbero segnalare via app situazioni di emergenza o richiedere accompagnamento, aumentando la loro sensazione di sicurezza. L'obiettivo a 12 mesi è incrementare sensibilmente il punteggio di sicurezza personale (portandolo verso o oltre 3) allineandolo all'aumento di videosorveglianza, così che entrambi gli indicatori migliorino di pari passo grazie a un approccio sia tecnologico sia umano.

Gestione dei Reclami

SERVIZI AREE DI SOSTA

IN CASO DI DISSERVIZI HA MAI ESPOSTO UN RECLAMO?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



Reclami presentati in caso di disservizio

La percentuale di utenti che dichiara **di aver presentato un reclamo formale in caso di disservizi** è estremamente bassa e mostra un leggero ulteriore calo: nel 2024 era il 6% del campione, nel 2025 scende al 5%. In altri termini, il **95% degli intervistati nel 2025 non ha mai fatto un reclamo**

riguardante il servizio di sosta (contro il 94% nel 2024). Questo dato, pur rappresentando un piccolo miglioramento in termini assoluti (meno lamentele possono significare meno problemi gravi percepiti), potrebbe anche riflettere una certa sfiducia o rassegnazione degli utenti verso il meccanismo dei reclami: se gli utenti non credono che reclamare porti a risultati, tendono a non farlo. Considerando che la soddisfazione generale è leggermente aumentata, è possibile che una parte del calo di reclami dipenda effettivamente da meno motivi di lamentela; tuttavia, il livello così basso lascia supporre che molti disservizi minori non vengano segnalati formalmente. In sintesi, il ricorso ai reclami rimane **sporadico** e addirittura in diminuzione, segno di un canale poco utilizzato probabilmente perché ritenuto poco efficace.

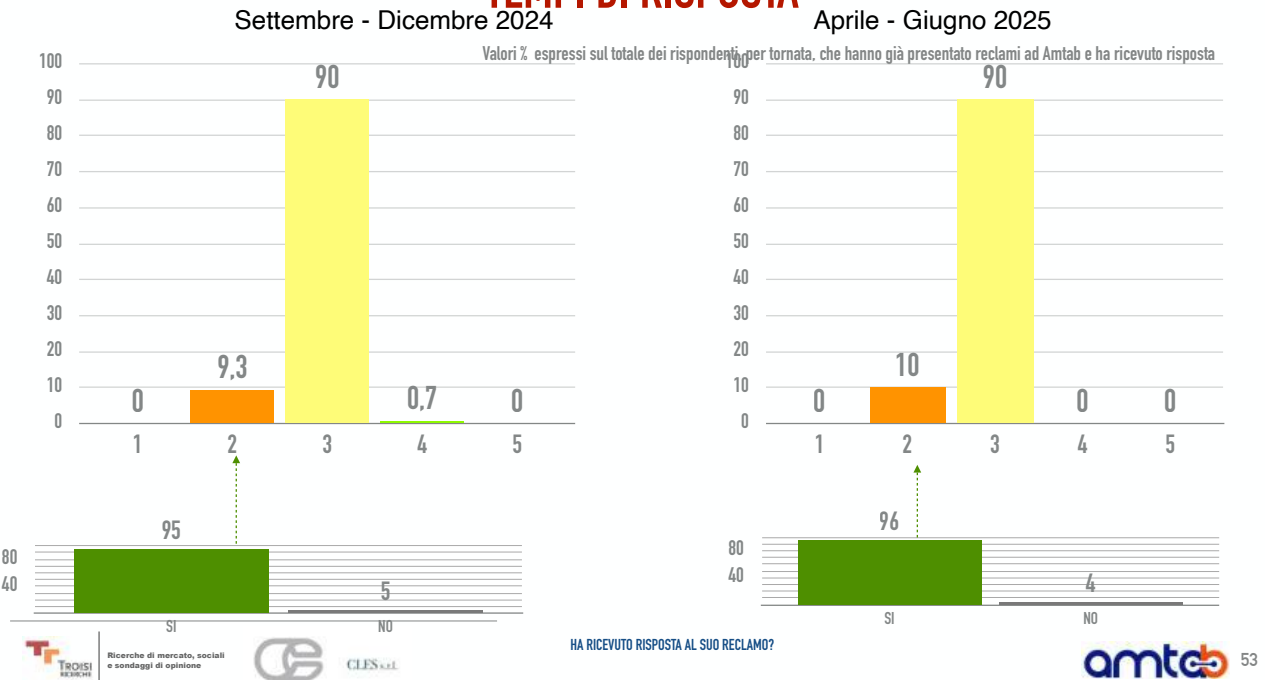
- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** implementare immediatamente un protocollo di gestione reclami chiaro ed efficiente. Ciò include designare un team o responsabile per i reclami, creare un registro centralizzato dove ogni reclamo sia tracciato e assicurarsi che venga fornita una **risposta scritta o telefonica** al cittadino in tempi brevi (es. entro 5 giorni lavorativi). Comunicare sul sito web e nei punti di contatto (parcometri, uffici) le modalità per inviare segnalazioni o reclami (email dedicata, modulo online, numero verde) e l'impegno a rispondere entro un certo tempo. Inoltre, iniziare subito a evadere eventuali reclami arretrati rimasti senza risposta, per recuperare la fiducia degli utenti più attivi.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** attivare un sistema di raccolta e analisi strutturata delle segnalazioni/reclami. Ad esempio, implementare un **portale o form online** per i reclami che assegni automaticamente un numero di ticket e notifichi l'utente delle fasi di gestione. Parallelamente, condurre campagne di sensibilizzazione invitando gli utenti a segnalare disservizi (es. "La tua opinione conta: dicci cosa non va nelle aree di sosta"). Utilizzare i dati raccolti per individuare problemi ricorrenti e intervenire su di essi. Entro 6 mesi, l'obiettivo è non solo rispondere al 100% dei reclami ricevuti, ma aumentare il tasso di reclamo "costruttivo" – segno che gli utenti vedono che vale la pena segnalare perché qualcosa effettivamente si muove.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** instaurare un canale permanente di **dialogo con l'utenza** sui temi del servizio di sosta. Ad esempio, il Comune potrebbe istituire periodici incontri pubblici o tavoli di confronto (ogni 6 o 12 mesi) dove AMTAB riporta i risultati ottenuti, i reclami ricevuti (statistiche, tipologie) e le soluzioni adottate, raccogliendo ulteriori proposte dai cittadini. In prospettiva annuale, si potrebbe integrare il sistema reclami con la piattaforma comunale di segnalazioni (se esistente) per avere un punto unico dove i cittadini possano segnalare qualsiasi disservizio urbano, parcheggi inclusi, con prese in carico chiare da parte dei vari enti. Un tale approccio di trasparenza e partecipazione aiuterebbe a trasformare il reclamo da evento raro a elemento normale di feedback, e soprattutto a migliorare la qualità del servizio percepita.

Soddisfazione per i tempi di risposta al reclamo

SERVIZI AREE DI SOSTA

QUAL È IL SUO GRADO DI SODDISFAZIONE/INSODDISFAZIONE IN MERITO ALLA RISPOSTA RICEVUTA DA AMTAB?

TEMPI DI RISPOSTA



Tra gli utenti che hanno presentato un reclamo, è stata rilevata la **soddisfazione riguardo ai tempi di risposta** da parte del servizio. Va premesso che si tratta di un sottoinsieme molto ristretto del campione (solo coloro che hanno reclamato, cioè ~5-6% degli utenti). I risultati su questa domanda mostrano una distribuzione fortemente sbilanciata verso valori medi: nel 2025 ben il 90% dei rispondenti ha dato un punteggio **3 su 5** alla soddisfazione sui tempi di risposta, lo stesso valore del 2024 (90%). Praticamente nessuno ha espresso il massimo grado di soddisfazione (punteggio 5), e quasi nessuno il minimo assoluto (punteggio 1): la quota di valutazioni 1 è 0% in entrambi gli anni, mentre le valutazioni 2 calano leggermente da ~9% a 10% (un dato molto basso in valore assoluto, parliamo forse di uno o due individui) e quelle di punteggio 4 scendono da ~0,7% a 0%. In breve, **il giudizio sui tempi di risposta ai reclami rimane neutro**: gli utenti lo valutano mediamente “né tempestivo né lento”. Il fatto che nessuno dia 4 o 5 suggerisce però che *nessuno è realmente soddisfatto* dei tempi di gestione dei reclami – tutti coloro che hanno risposto hanno scelto il valore intermedio o poco soddisfacente.

Questo quadro può essere interpretato così: chi ha reclamato ha forse ricevuto, nella migliore delle ipotesi, risposte tardive o parziali (da qui il giudizio medio) e nessuno ha avuto un’esperienza di risposta rapida da potersi dire pienamente soddisfatto. Il lieve cambiamento (spariscono del tutto i punteggi 4 nel 2025) potrebbe implicare che se nel 2024 qualcuno aveva ricevuto una

risposta un po' più solerte (ma comunque solo lo 0,7% dei casi), nel 2025 neanche quello. Va comunque considerato che i numeri assoluti di chi risponde a questa domanda sono molto piccoli, quindi differenze minime possono non essere significative. Ciò non toglie che l'assenza totale di valutazioni positive è un campanello d'allarme.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** per i reclami in corso e futuri, ridurre drasticamente i tempi di risposta iniziale. Ad esempio, inviare una comunicazione di ricevuta e presa in carico entro 48 ore dal reclamo, e fornire un aggiornamento sullo stato o soluzione entro una settimana. Questo almeno per dimostrare reattività. Identificare anche eventuali reclami aperti da tempo e dare immediatamente un seguito (anche solo spiegando il motivo del ritardo).
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** stabilire e rispettare *Service Level Agreement* interni sui tempi di gestione dei reclami. Ad esempio: “l' 80% dei reclami risolto entro 10 giorni, 100% entro 30 giorni”. Allocare le risorse necessarie (personale, strumenti) per rispettare questi target. Nel contempo, creare modelli di risposta rapida per le problematiche comuni, così da velocizzare il workflow. Monitorare mensilmente se i tempi medi si riducono e pubblicare tali indicatori per trasparenza.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** puntare a far percepire all'utenza un cambiamento tangibile: entro un anno, chiunque invii un reclamo dovrebbe poter affermare di aver ricevuto risposta in tempi ragionevoli. Per ottenere questo, integrare il processo reclami con un sistema CRM avanzato e magari con notifiche via SMS/app all'utente sullo stato della segnalazione. Il Comune di Bari, dal canto suo, potrebbe effettuare audit annuali sui tempi di risposta di AMTAB (come parte del controllo qualità del servizio pubblico), assicurando che gli standard vengano mantenuti. Idealmente, migliorando tempi e qualità delle risposte, le valutazioni di soddisfazione su questo aspetto dovrebbero spostarsi dal 3 attuale verso valori 4 o 5 nelle future indagini.

Soddisfazione per la capacità di risoluzione del problema

SERVIZI AREE DI SOSTA

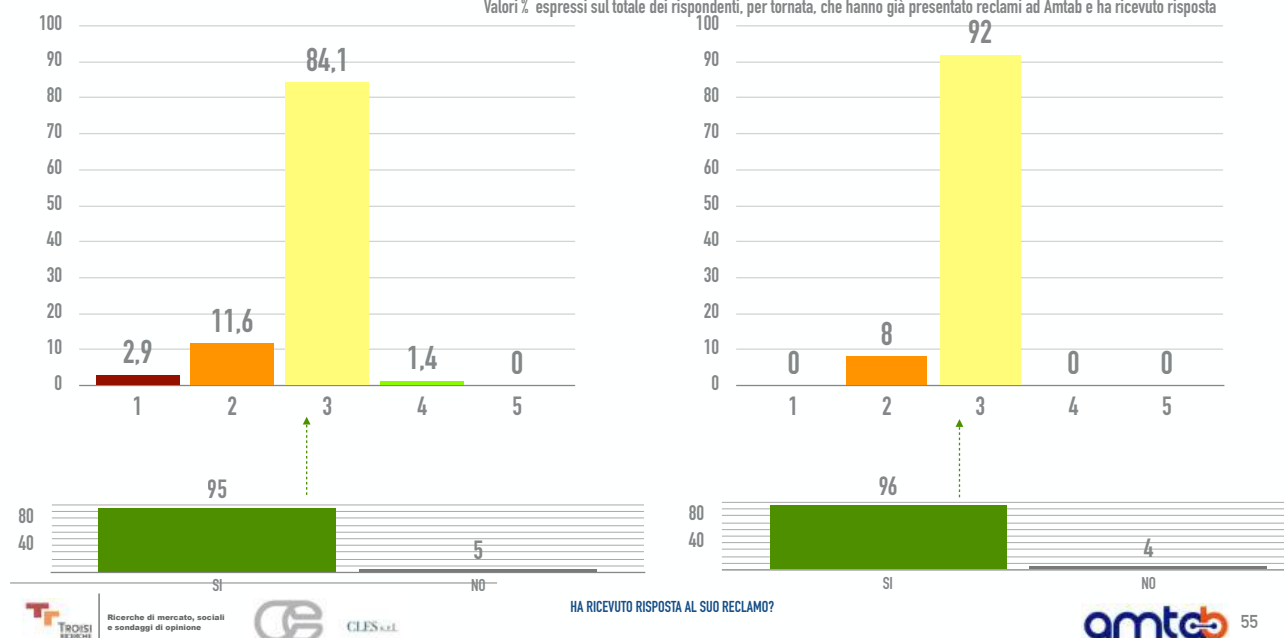
QUAL È IL SUO GRADO DI SODDISFAZIONE/INSODDISFAZIONE IN MERITO ALLA RISPOSTA RICEVUTA DA AMTAB?

CAPACITÀ DI RISOLUZIONE DEL PROBLEMA

Settembre - Dicembre 2024

Aprile - Giugno 2025

Valori % espressi sul totale dei rispondenti, per tornata, che hanno già presentato reclami ad Amtab e ha ricevuto risposta



Questo indicatore misura quanto chi ha presentato un reclamo sia soddisfatto **della soluzione/risoluzione** del problema segnalato. Analogamente alla voce precedente, riguarda una piccola percentuale di utenti (quelli che hanno reclamato), e i risultati mostrano anch'essi una concentrazione su giudizi intermedi. Nel 2025 la stragrande maggioranza, il **92%**, ha assegnato un punteggio **3 su 5** alla capacità di risoluzione, in aumento dall'84,1% del 2024. Parallelamente diminuiscono le valutazioni più negative: i punteggi 1 (minimo) scendono dal 2,9% allo 0%, e i punteggi 2 calano dall'11,6% all'8%. Questo significa che nel 2025 nessuno ha dato il voto peggiore sulla risoluzione (forse segnalando meno casi di totale mancata soluzione) e sono leggermente meno quelli poco soddisfatti (voto 2). Tuttavia, resta significativo che **nessuno dà punteggio 4 o 5**: neanche nel 2024 c'erano voti 5, e i voti 4 erano appena l'1,4%, scesi poi allo 0% nel 2025. In sintesi, chi reclama tende a dire che la risoluzione è stata parziale o mediocre (valore 3), ma nessuno ha vissuto un'esperienza di problema risolto pienamente in modo da esserne soddisfatto.

Il dato in miglioramento (meno "insoddisfatti gravi" e più "neutrali") può essere letto come un segnale che *qualche problema in più viene quantomeno affrontato*, evitando il giudizio "pessimo". Ma il fatto che nessuno sia davvero contento implica che probabilmente molte soluzioni sono state incomplete o non del tutto efficaci. Ad esempio, forse un utente che segnalava un guasto

l'ha visto riparato con ritardo o solo temporaneamente; oppure se c'era un problema complesso (es. organizzativo) ha ricevuto spiegazioni ma non una vera soluzione. Insomma, **si evita il peggio ma non si raggiunge il meglio.**

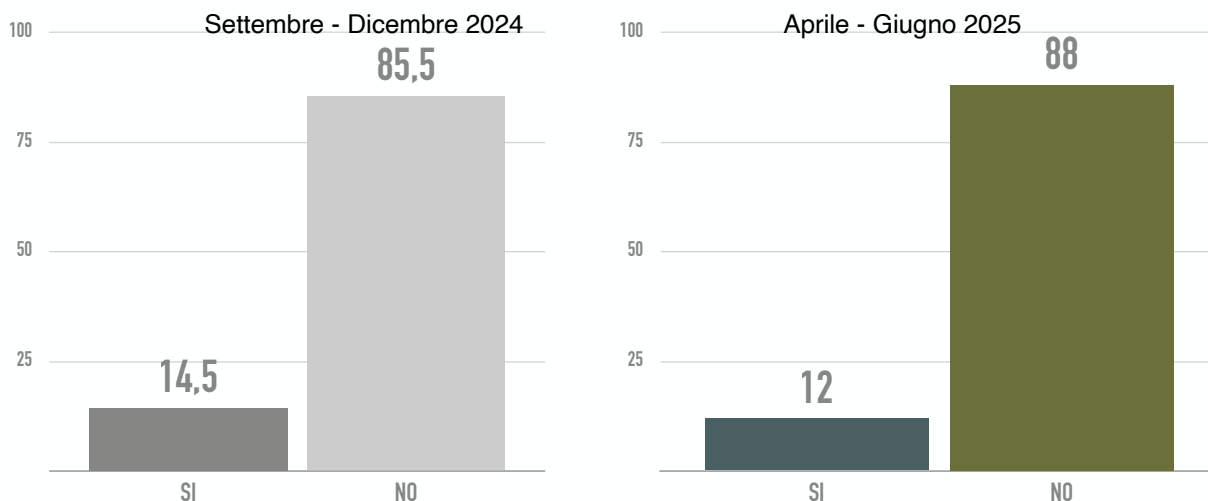
- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** riesaminare immediatamente tutti i reclami risolti negli ultimi mesi per valutare se la soluzione attuata è stata comunicata chiaramente all'utente e se ha effettivamente risolto il problema. Per i reclami aperti, coinvolgere i responsabili delle diverse aree (manutenzione, pulizia, personale, ecc.) affinché propongano soluzioni definitive o piani di azione concreti, da condividere con l'utente. L'obiettivo a brevissimo termine è evitare situazioni in cui un problema segnalato rimane irrisolto: ogni reclamo deve portare ad almeno un tentativo di soluzione visibile.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** istituire un *task force* di **problem solving** per i reclami ricorrenti o più complessi. Questo team multidisciplinare dovrebbe riunirsi periodicamente per esaminare i feedback e progettare interventi risolutivi mirati (ad esempio, se molti lamentano un parcheggio sempre sporco, la task force può rivedere appalto pulizie, installare più cestini, ecc.). Inoltre, introdurre la pratica di ricontattare l'utente a problema risolto per verificare la soddisfazione ("Follow-up call"): questo mostrerebbe attenzione e aiuterebbe a capire se la soluzione è percepita come efficace.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** adottare una logica di **miglioramento continuo** basata sui reclami risolti. Il Comune dovrebbe prevedere momenti di verifica insieme ad AMTAB su come i reclami vengono trasformati in azioni correttive sul servizio. Ad esempio, se da un anno di reclami si evidenzia che la pulizia è un problema costante, si investe per migliorare strutturalmente quel servizio; se si segnalano guasti frequenti ai parcometri in una certa zona, si pianifica la sostituzione degli apparecchi. Entro un anno, l'obiettivo è che una parte significativa di utenti che hanno reclamato possa dire "il mio problema è stato risolto in modo soddisfacente" – puntando ad ottenere nelle future indagini almeno un 10-20% di valutazioni alte (4 o 5) sulla risoluzione dei problemi, dove oggi sono zero.

Servizi di assistenza al cliente

Utilizzo del numero verde di assistenza 800.450.444

SERVIZI AREE DI SOSTA

HA MAI UTILIZZATO IL NUMERO VERDE 800.450.444?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CIES&C



L'indagine chiede se gli utenti, in caso di necessità, **hanno mai utilizzato il numero verde 800.450.444** (numero dedicato all'assistenza clienti per il servizio sosta). I risultati indicano un *utilizzo piuttosto limitato* di questo canale, con una tendenza addirittura in calo nel 2025. La percentuale di intervistati che riferisce di aver chiamato il numero verde almeno una volta passa infatti dal 14,5% nel 2024 al 12% nel 2025 (-2,5 punti percentuali). Di converso, coloro che non l'hanno mai utilizzato salgono dall'85,5% all'88% del campione. Dunque quasi **nove utenti su dieci non hanno mai chiamato l'assistenza telefonica**. Questo calo nel tasso di utilizzo potrebbe avere due spiegazioni non mutualmente esclusive: da un lato, è possibile che nel 2025 vi siano stati meno problemi o dubbi tali da richiedere una chiamata (forse grazie a informazioni più chiare o servizi più funzionanti); dall'altro, potrebbe segnalare una scarsa fiducia o conoscenza dello strumento numero verde. Molti utenti potrebbero non essere consapevoli dell'esistenza del numero gratuito, oppure preferire altri canali (sito web, app, di persona) per ottenere informazioni, ritenendo il telefono lento o inefficace.

Il dato suggerisce anche differenze generazionali o di abitudini: gli utenti più giovani spesso prediligono canali digitali rispetto alla chiamata telefonica. Se nel 2025 c'è stata maggiore

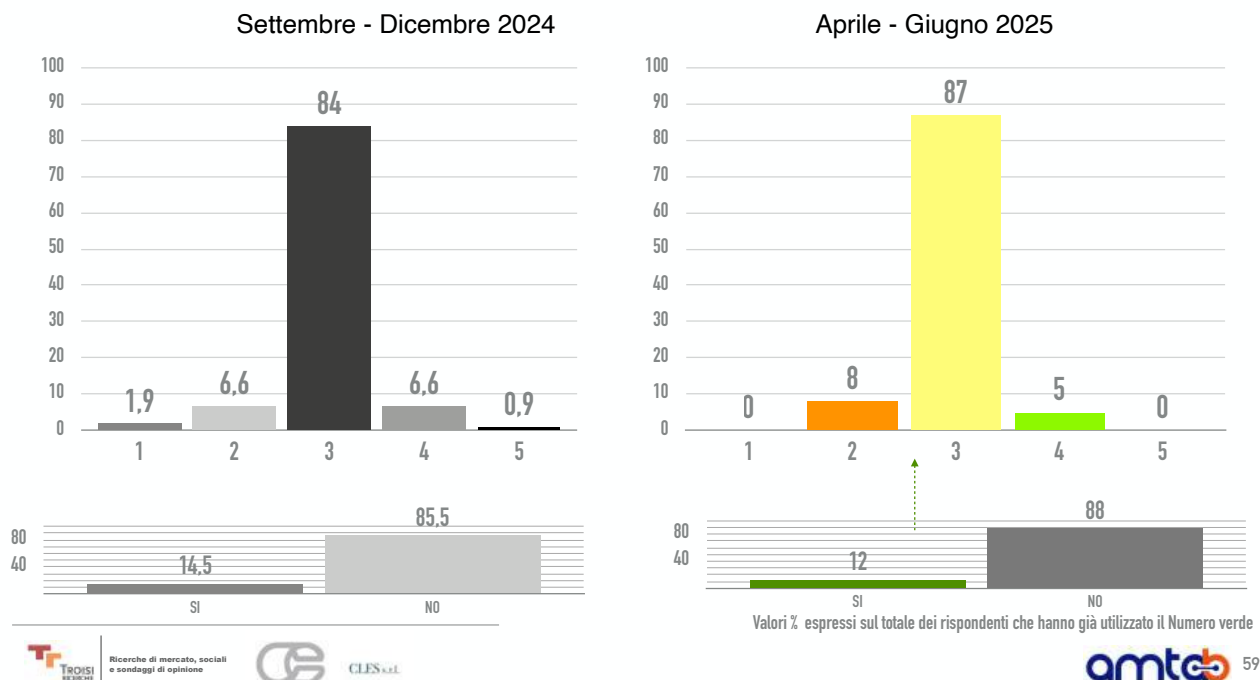
adozione dell'app MUVT, per esempio, alcuni potrebbero aver trovato tramite l'app risposte a dubbi senza bisogno di chiamare. In ogni caso, il numero verde appare come un canale **sottoutilizzato**, e il trend negativo è un campanello di allarme perché indica che l'investimento su un call center potrebbe non star dando i frutti attesi in termini di servizio al pubblico.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** verificare le cause del basso utilizzo del numero verde. Ad esempio, svolgere un breve sondaggio sui canali social o tramite l'app chiedendo agli utenti se conoscono il numero di assistenza e, se no, perché. Intanto, aumentare la visibilità del numero verde: assicurarsi che sia ben visibile su tutti i parcometri, sul sito web, sull'app e sulla segnaletica nelle aree di sosta. Se il servizio è efficiente ma poco conosciuto, pianificare subito messaggi informativi (es. un banner “Hai un problema con la sosta? Chiama il numero verde gratuito...”).
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** integrare il numero verde in un più ampio **sistema multicanale di assistenza**. Ad esempio, implementare in parallelo una chat di supporto via WhatsApp o tramite l'app MUVT, per intercettare gli utenti che preferiscono scrivere piuttosto che telefonare. Pubblicizzare che esistono entrambi i canali e monitorare quale viene più utilizzato. Inoltre, se il calo di chiamate era dovuto a inefficienze (es. lunghe attese al telefono nel 2024), intervenire potenziando il call center con più linee/operatori nelle fasce orarie di punta. Obiettivo a 6 mesi: invertire la tendenza calante, portando la percentuale di utenti che almeno una volta hanno usato l'assistenza telefonica su valori stabili o in crescita (ad es. >15%).
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** valutare il ruolo del numero verde nel contesto dei servizi digitali in evoluzione. Entro un anno, AMTAB insieme al Comune potrebbe decidere di trasformare il numero verde in un **contact center unificato per la mobilità** (che includa info su sosta, trasporto pubblico, ZTL, ecc.), offrendo così un servizio più ampio e forse più utilizzato. Oppure, se si osserva che l'utenza si sposta in massa su strumenti digitali, si potrebbe ridimensionare il call center e investire quei fondi su un helpdesk online. In ogni caso, l'importante è assicurare che chi preferisce il contatto umano/telefonico non venga lasciato indietro: mantenere il numero verde efficiente, magari integrandolo con un sistema di richiamata (callback) o estendendo gli orari, per aumentare la soddisfazione di quell'utenza minoritaria che ne ha bisogno e migliorare la loro esperienza complessiva.

Chiarezza e completezza delle informazioni fornite dal numero verde

SERVIZI AREE DI SOSTA

QUAL È IL SUO GRADO DI SODDISFAZIONE IN MERITO ALLA CHIAREZZA E COMPLETEZZA DELLE INFORMAZIONI RICEVUTE DAGLI OPERATORI DEL NUMERO VERDE?



Questo indicatore riguarda la soddisfazione di chi ha usato il numero verde rispetto a quanto le informazioni ricevute telefonicamente fossero chiare e complete. La maggioranza delle valutazioni si colloca anche qui sul valore intermedio: nel 2025 l' **87%** degli intervistati (che hanno chiamato il numero verde) attribuisce un punteggio **3 su 5** alla chiarezza delle informazioni ricevute, in lieve aumento rispetto all'84% del 2024. Si osserva inoltre una leggera riduzione dei giudizi negativi: i punteggi 1 (informazioni per nulla chiare) passano dall'1,9% allo 0% nel 2025, e i punteggi 5 (informazioni pienamente chiare) restano pressoché assenti (0,9% nel 2024, 0% nel 2025). I voti 2 aumentano leggermente (da 6,6% a 8%), e i voti 4 calano dal 6,6% al 5%. In sintesi, **quasi tutti** coloro che hanno usato il numero verde lo giudicano "abbastanza chiaro" (3/5), con pochissimi casi di estrema insoddisfazione o soddisfazione. C'è un lieve miglioramento nell'eliminazione dei casi peggiori (nessuno più dice "per nulla chiaro"), ma parallelamente sembra ridursi anche l'entusiasmo (meno persone valutano 4 su 5).

Questo quadro suggerisce che il servizio di assistenza telefonica fornisce informazioni mediamente utili ma non eccellenti. Probabilmente gli operatori riescono a rispondere ai quesiti basilari, ma potrebbero non avere sempre tutte le informazioni a portata di mano per dare risposte complete o dettagliate, e difficilmente eccellono al punto da meritare un "ottimo" dagli utenti. Il piccolo miglioramento (spariscono i voti 1) può dipendere da una migliore formazione del

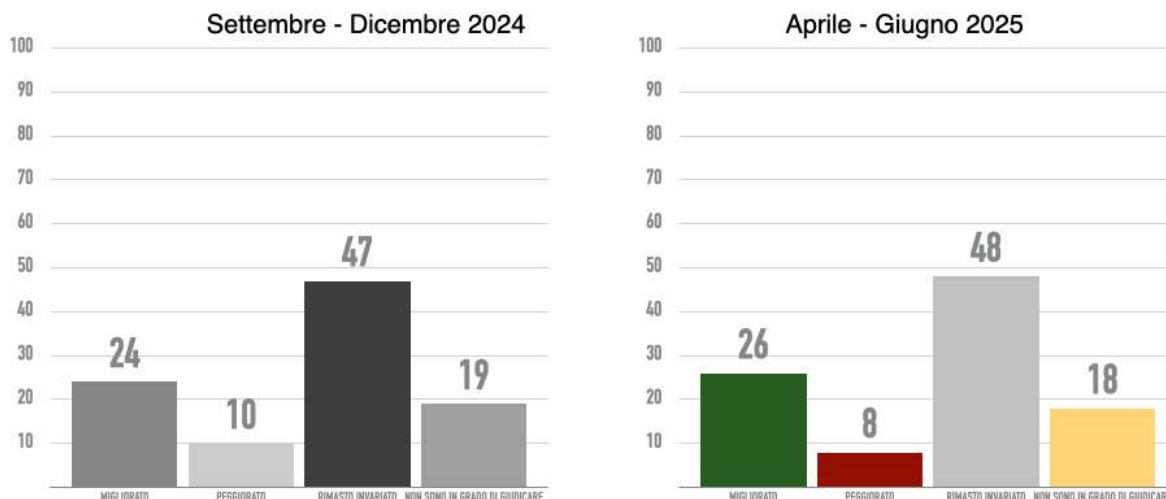
personale o da *script* aggiornati che evitano informazioni errate, mentre il calo dei voti 4 può indicare che forse qualche operatore esperto nel 2024 non era più attivo nel 2025, oppure semplicemente variazioni casuali data la base utenti ridotta.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** aggiornare e uniformare i *script* e le FAQ a disposizione degli operatori del numero verde, assicurandosi che contengano tutte le informazioni aggiornate su tariffe, regolamenti, novità (es. cambi orari ZSR, promozioni su abbonamenti, guasti noti in via di soluzione). Organizzare una sessione di *refresher training* per gli operatori, focalizzata su come fornire risposte complete e verificare la comprensione dell'utente durante la chiamata. In questo modo, nel breve periodo, si elimina il rischio di risposte incomplete o confusionarie.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** introdurre strumenti di qualità per il call center: ad esempio, predisporre un breve questionario post-chiamata (via SMS o IVR) per chi ha usato il numero verde, chiedendo di valutare il servizio ricevuto. Ciò permetterà di monitorare in tempo quasi reale se la chiarezza percepita migliora. Inoltre, creare una knowledge base interna costantemente aggiornata, magari con il supporto di intelligenza artificiale, per aiutare gli operatori a trovare rapidamente le risposte anche a domande meno frequenti. Obiettivo a medio termine: aumentare la percentuale di utenti che danno punteggio 4 (giudizio positivo) riducendo quelli che ancora indicano 2 (segno di info poco chiare).
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB:** considerare un'evoluzione del servizio verso un modello **omnichannel** di informazione: integrare cioè il numero verde con chatbot intelligenti sul sito/app che possano rispondere 24/7 a domande comuni con la stessa chiarezza, e fare in modo che gli operatori telefonici ricevano solo le questioni più complesse, avendo quindi più tempo da dedicare a ciascuna chiamata. Questo migliorerebbe la qualità media delle interazioni. Il personale potrebbe inoltre ricevere formazione periodica di livello avanzato (ad esempio tecniche di comunicazione efficace, gestione delle chiamate difficili) per puntare a far emergere anche qualche valutazione di eccellenza (5 su 5) nelle future indagini. In un anno, il traguardo potrebbe essere far scendere il "monte" di valutazioni sul 3 (oggi l'87%) a favore di più giudizi 4, segno di un servizio di assistenza che non è solo accettabile, ma viene riconosciuto come chiaro e utile in modo evidente.

Percezioni e proposte di miglioramento del servizio

SERVIZI AREE DI SOSTA

NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO IL SERVIZIO DI GESTIONE DELLE AREE DI SOSTA È:

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.



Percezione del servizio nell'ultimo anno (migliorato/peggiorato/invariato)

Agli utenti è stato chiesto come giudicano l'evoluzione del servizio aree di sosta nel corso dell'ultimo anno. Le opzioni di risposta erano: “Migliorato”, “Peggiorato”, “Rimasto invariato” o “Non saprei giudicare”. **Nel 2025** i risultati sono: **26%** “migliorato”, **8%** “peggiorato”, **48%** “rimasto invariato” e **18%** “non saprei giudicare”. **Rispetto al 2024** (24% / 10% / 47% / 19%) si osserva **un lieve spostamento verso un giudizio più positivo**: +2 punti sul “migliorato”, -2 sul “peggiorato”, mentre “invariato” cresce di 1 punto e i “non so” calano di 1 punto.

Questa dinamica suggerisce che, pur in presenza di cambiamenti su singoli aspetti del servizio, **l'impressione generale resta di stabilità**: la quota di chi non rileva cambiamenti o non esprime un giudizio rimane pari al **66%** in entrambe le rilevazioni (48% “invariato” + 18% “non so” nel 2025). Tuttavia il **saldo tra valutazioni positive e negative** migliora: da **+14 punti** nel 2024 (24-10) a **+18 punti** nel 2025 (26-8). In sintesi, i segnali di miglioramento sono **leggermente più diffusi** e le valutazioni negative **lievemente meno presenti**, ma non ancora tali da modificare la narrazione complessiva di “servizio stabile”.

Possibili cause. È plausibile che: (a) i miglioramenti effettivi abbiano toccato soprattutto alcuni segmenti di utenza; (b) benefici in un'area siano stati parzialmente controbilanciati da criticità in altre; (c) **la comunicazione delle migliori** non sia arrivata a tutti: se un utente non nota i nuovi

servizi, non valuterà il servizio come “migliorato”. La risultante è una percezione complessivamente stabile, con un **trend timidamente positivo**.

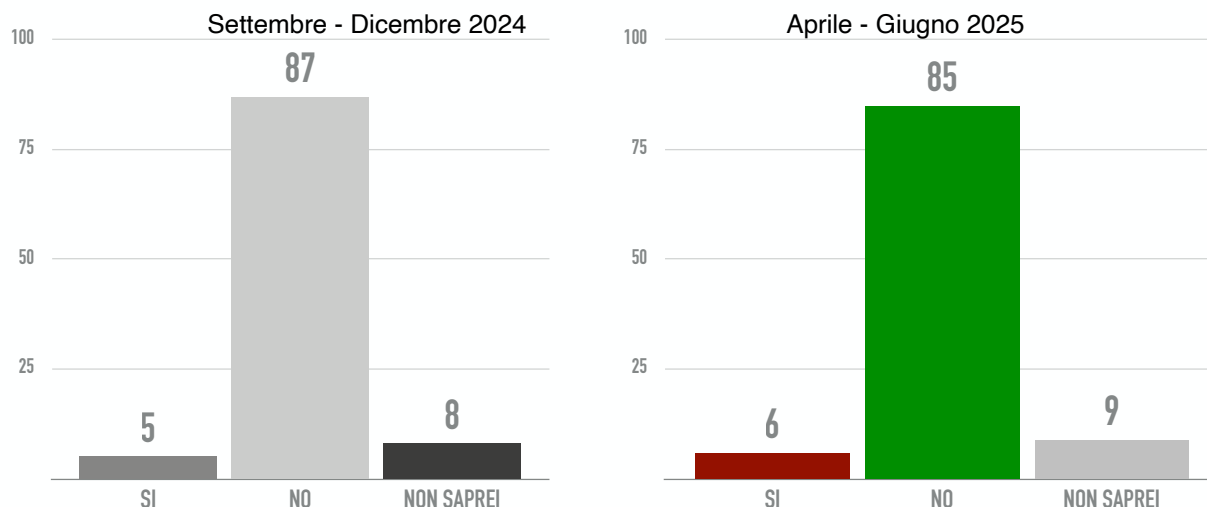
Azioni consigliate:

- **Breve termine (entro 90 giorni) – Comune di Bari & AMTAB.** Mettere in evidenza in modo attivo gli interventi migliorativi: campagna informativa “**Cosa è migliorato nelle aree di sosta?**” con elenco chiaro delle novità (es. nuove telecamere, app MUVT, segnaletica, ecc.) su comunicati, social e avvisi nei parcheggi. In parallelo, raccogliere **feedback qualitativi** (interviste brevi) per capire consapevolezza e percezioni reali, individuando eventuali gap di comunicazione.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB.** Realizzare **miglioramenti altamente visibili** in uno o più parcheggi molto frequentati (pulizia eccellente, segnaletica luminosa, presenza di personale di assistenza) per creare un “**caso di successo**” tangibile. In alternativa/aggiunta, un’iniziativa riconoscibile (es. giornata con servizi extra) per catalizzare attenzione e passaparola positivo.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB.** Istituire un **monitoraggio strutturato della percezione** (questionario annuale più dettagliato e/o indice sintetico di percezione del miglioramento) e prevedere momenti di **partecipazione pubblica** per co-progettare priorità e interventi. **Obiettivo a 12 mesi:** aumentare la quota di cittadini che riconoscono un miglioramento (**oltre l’attuale 26%**) e ridurre la platea di chi non vede cambiamenti, dimostrando con interventi concreti e una comunicazione efficace che il servizio sta evolvendo in risposta ai bisogni.

Favorevole all'estensione delle ZSR ad altre aree della città

SERVIZI AREE DI SOSTA

SAREBBE FAVOREVOLE A ESTENDERE LE ZONE DI SOSTA REGOLAMENTATA (ZSR) AD ALTRE AREE DELLA CITTÀ?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



L'indagine ha chiesto ai cittadini se sono **favorevoli ad estendere le Zone a Sosta Regolamentata (ZSR)** ad altre aree urbane non ancora coperte da sosta tariffata per residenti/non residenti. I risultati mostrano un orientamento chiaramente contrario, che rimane tale anche nel 2025 con lievissime variazioni. Nel 2024 soltanto il 5% degli intervistati si dichiarava favorevole a introdurre nuove ZSR in città, percentuale salita appena al 6% nel 2025 (+1 punto percentuale). I contrari rappresentavano la stragrande maggioranza: l'87% "no" nel 2024 contro l'85% nel 2025 (un calo di 2 punti, ma restano oltre quattro quinti del campione). Gli indecisi ("non saprei") passano dall'8% al 9%. Dunque, **oltre 8 cittadini su 10 continuano ad opporsi** all'ampliamento delle zone di sosta regolamentata, temendo probabilmente maggiori restrizioni e costi per il parcheggio nei propri quartieri, mentre i favorevoli restano una minoranza molto esigua, sebbene leggermente cresciuta.

Questo quadro evidenzia un potenziale scollamento tra eventuali politiche di estensione della sosta tariffata e la percezione/accettazione popolare. Le ragioni della contrarietà diffusa possono includere: preoccupazione per costi aggiuntivi ai residenti e ai visitatori, timore di spostare altrove il problema della sosta (effetto "a macchia d'olio" per cui le zone limitrofe non regolamentate si intasano), o sfiducia nell'efficacia delle ZSR nel risolvere i problemi di parcheggio. L'aumento, seppur minimo, dei favorevoli al 6% nel 2025 potrebbe riflettere una leggerissima apertura di

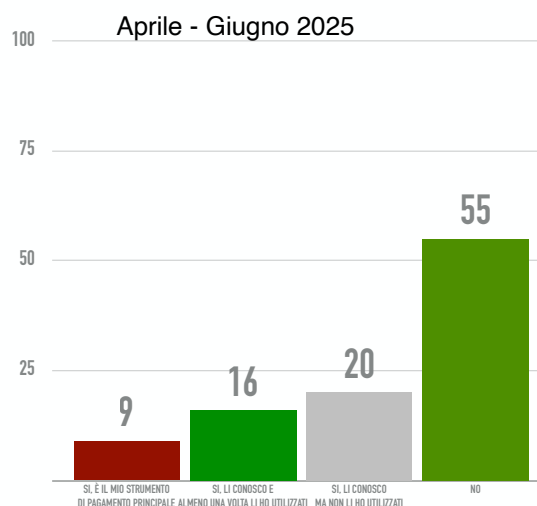
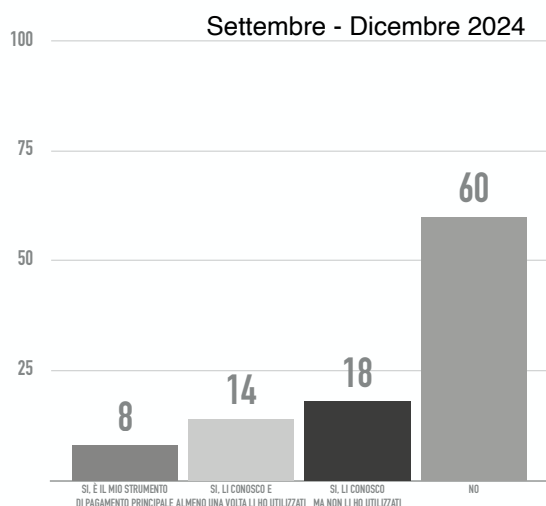
alcuni cittadini, forse quelli che vivono in aree attualmente congestionate che intravedono un beneficio nell'introdurre regole di sosta. Tuttavia, la *fortissima opposizione* richiede cautela: qualsiasi piano del genere incontrerebbe resistenze e proteste se non ben preparato.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – Comune di Bari:** avviare un percorso di **ascolto e informazione** sui pro e contro delle ZSR, prima di qualsiasi proposta concreta di estensione. Organizzare incontri nei quartieri potenzialmente interessati, sondaggi locali e tavoli con i comitati di residenti per capire le esigenze: ad esempio, in alcune zone la domanda di parcheggio è talmente alta che i residenti stessi potrebbero voler regolamentare la sosta. Allo stesso tempo, comunicare in modo chiaro cosa comporta una ZSR (vantaggi in termini di ordine e spazi per residenti, eventuali agevolazioni) perché spesso l'opposizione deriva da timori che potrebbero essere mitigati da corretta informazione.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** se dalle consultazioni emergono quartieri dove un'estensione ZSR potrebbe essere accettabile o richiesta, avviare **progetti pilota** su piccola scala. Ad esempio, implementare una mini-ZSR sperimentale in un'area limitata ad alta densità di sosta irregolare, per la durata di qualche mese, monitorando gli effetti (miglioramenti nella disponibilità di posti per residenti, impatto sul traffico, gradimento dei cittadini dopo la prova). AMTAB dovrà predisporre la segnaletica temporanea, i controlli e la vendita di permessi in quella zona, e riferire i risultati. Questo approccio graduale consentirebbe di raccogliere evidenze concrete per convincere i più scettici o, al contrario, per capire se l'opposizione rimane insuperabile.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari:** definire una strategia chiara sul futuro delle ZSR basata sui risultati dei pilota e sul feedback continuo dei cittadini. Se le sperimentazioni avranno avuto esito positivo e accettazione locale, si potrà pianificare un'estensione graduale, quartiere per quartiere, comunicando con largo anticipo e prevedendo tariffe e permessi agevolati per rendere la misura più digeribile. In caso contrario, il Comune potrebbe decidere di accantonare o rimodulare il progetto di estensione, puntando magari su altre soluzioni per la sosta (es. parcheggi di interscambio, potenziamento TP) che incontrino meno ostilità. In ogni caso, entro un anno sarebbe opportuno elaborare un piano condiviso, così da superare l'impasse attuale in cui oltre l'80% della popolazione è contraria: l'obiettivo è ridurre le resistenze mostrando eventuali benefici reali, oppure cercare alternative più consone alla volontà popolare.

Conoscenza di modalità alternative (App MUVT, Mobile Pay) per il pagamento della sosta

SERVIZI AREE DI SOSTA

È A CONOSCENZA DELLE MODALITÀ ALTERNATIVE DI ACQUISTO DEI BIGLIETTI, QUALI AD ESEMPIO MUV'T E MOBILE DAY?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CIES

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



Questa domanda sonda il grado di conoscenza e utilizzo di strumenti digitali alternativi per la sosta, come l'app **MUVT** o “Mobile Pay” (servizi di pagamento via cellulare per la sosta). I risultati indicano nel 2025 un aumento della familiarità con questi strumenti rispetto al 2024, segno di un progresso nella digitalizzazione dell’utenza. In dettaglio, la quota di utenti che affermano “È il mio strumento principale” per pagare la sosta (ovvero che usano principalmente app/mobile invece dei metodi tradizionali) cresce dall’8% al 9% (+1 punto). Quelli che “li conoscono e almeno una volta li hanno utilizzati” passano dal 14% al 16% (+2 punti). Anche la percentuale di chi “li conosce ma non li ha mai utilizzati” aumenta leggermente, dal 18% al 20% (+2 punti). Di conseguenza, cala sensibilmente il gruppo di chi risponde “No” (non conosco affatto queste modalità): dal 60% nel 2024 al 55% nel 2025, con un decremento di 5 punti percentuali.

Questi dati descrivono due elementi. Primo, c’è una **maggiore conoscenza complessiva** degli strumenti digitali: nel 2024 ben il 60% era all’oscuro, nel 2025 scende al 55%. In parallelo, cresce l’esperienza diretta: complessivamente quelli che li hanno provati almeno una volta salgono (9% principali + 16% usati almeno una volta = 25% nel 2025, rispetto a 22% nel 2024). Dunque un quarto degli utenti ha toccato con mano queste tecnologie, e circa uno su dieci ne è addirittura utente abituale. Questo è un trend incoraggiante verso l’innovazione e probabilmente correlato

agli sforzi fatti per promuovere l'app MUVT. Tuttavia, va notato che ancora **più della metà (55%) dei cittadini nel 2025 dichiara di non conoscere affatto queste modalità**: il che indica che c'è ampio margine di crescita sia in termini di awareness sia di adozione.

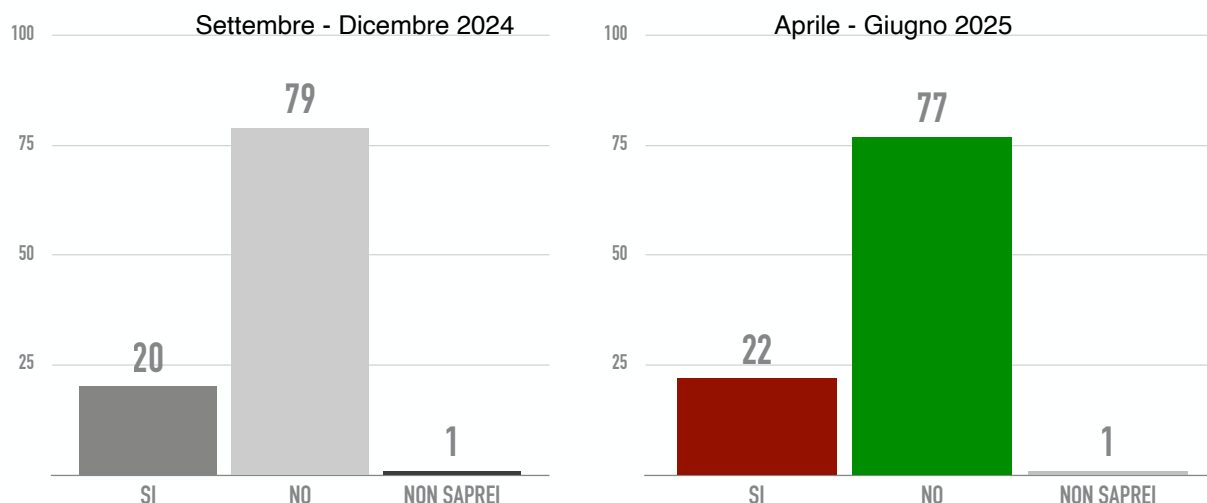
Le ragioni di questo scenario possono essere: nel 2025 si è ampliata la comunicazione sull'app (ad esempio attraverso campagne pubblicitarie o il passaparola), convincendo alcuni a provarla; il Covid e fattori tecnologici hanno abituato più persone ai pagamenti digitali; e probabilmente l'app MUVT stessa ha migliorato funzionalità e affidabilità. D'altra parte, il fatto che ancora oltre la metà non conosca MUVT/Mobile Pay suggerisce che molte persone – forse chi usa poco lo smartphone per i pagamenti – non sono state raggiunte dalla comunicazione, oppure sono restie a cambiare abitudini se non costrette.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** intensificare la campagna informativa sull'esistenza e i vantaggi di MUVT e strumenti simili. Ad esempio, distribuire volantini o opuscoli informativi insieme agli abbonamenti, affiggere banner nei pressi delle casse automatiche e parcometri ("Sapevi che puoi pagare con lo smartphone? Scarica MUVT..."), e sfruttare i canali social/comunali per tutorial e guide all'uso. Organizzare anche piccoli *roadshow* o banchetti informativi nei mercati rionali o eventi di quartiere, dove personale AMTAB mostri come funziona l'app e aiuti i cittadini a installarla. Obiettivo immediato: ridurre ulteriormente la quota di "non conosco" sotto il 50% in pochi mesi.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB:** incentivare concretamente l'utilizzo delle modalità digitali di pagamento. Ad esempio, prevedere **sconti o bonus**: uno sconto sul primo utilizzo, o un credito extra per chi ricarica il borsellino MUVT, oppure tariffe sosta leggermente più convenienti se paghi via app (questo in accordo col Comune). In parallelo, migliorare l'app basandosi sul feedback: se alcuni non la usano perché trovano difficoltà tecniche, investire per renderla più user-friendly e affidabile. Inoltre, integrare sull'app tutte le funzionalità utili (trovare parcheggi liberi per esempio.) per farla percepire come lo strumento privilegiato. Monitorare l'aumento di utenti attivi sull'app e puntare almeno a raddoppiare la percentuale di utenti regolari (dal 9% a >15% entro 6 mesi).
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** lavorare per **istituzionalizzare i canali digitali** come standard, pur mantenendo alternative per chi non può usarli. Entro un anno, il Comune potrebbe integrare MUVT in un'app cittadina più ampia (comprensiva di trasporto pubblico, altri servizi urbani) per massimizzarne la diffusione. Inoltre, considerare l'adozione di *Mobile Pay* via SMS o targa, che non richiede smartphone avanzati, così da coinvolgere anche l'utenza senza app. Valutare partnership con gestori telefonici per facilitare questo metodo. Contestualmente, AMTAB e Comune dovrebbero fissare obiettivi chiari di riduzione dell'uso del contante e dei metodi tradizionali: ad esempio, puntare ad avere almeno il 50% delle transazioni di sosta effettuate digitalmente entro un anno. Un tale cambiamento culturale porterebbe benefici in efficienza e comodità, e i dati mostrano che sempre più cittadini sono pronti ad abbracciarlo se adeguatamente guidati.

Favorevole al pagamento della sosta nelle aree della “movida” (20:30–24:00)

SERVIZI AREE DI SOSTA

SAREBBE FAVOREVOLE AD ESTENDERE IL SERVIZIO DI PAGAMENTO DELLA SOSTA SU STRADA IN ALCUNE AREE DELLA CITTÀ CARATTERIZZATA DALLA “MOVIDA” ANCHE DALLE 20:30 ALLE 24?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



Alla domanda se introdurre la sosta a pagamento serale (20:30–24:00) nelle zone della cosiddetta “movida” sia una buona idea, la maggioranza degli utenti continua a rispondere negativamente, anche se si nota un timido segnale di apertura in più. Nel 2024 era favorevole a far pagare il parcheggio di sera il 20% degli intervistati, percentuale salita al 22% nel 2025 (+2 punti). I contrari restano però nettamente predominanti, pur calando dal 79% al 77% (-2 punti). Quasi nessuno si astiene da un’opinione (i “non saprei” erano l’1% e rimangono l’1%). Dunque, **oltre tre quarti dei cittadini si oppongono** all’idea di estendere il pagamento ai parcheggi notturni nelle aree di ritrovo serale, temendo probabilmente un aggravio economico o un freno alla vita notturna, mentre poco più di un quinto si mostra favorevole, forse pensando che ciò potrebbe migliorare la disponibilità di posti o l’ordine pubblico.

L’aumento di 2 punti nei favorevoli, sebbene modesto, potrebbe indicare che alcune persone riconoscono potenziali benefici: ad esempio, evitare la sosta selvaggia o scoraggiare l’uso dell’auto per la movida a vantaggio di taxi/mezzi pubblici. Tuttavia, l’opinione pubblica generale resta contraria, probabilmente perché l’auto in orario serale viene vista come necessaria (specie se i mezzi pubblici di notte sono pochi) e far pagare il parcheggio sarebbe percepito come un’ennesima tassa su chi esce la sera. C’è anche da considerare la preoccupazione dei commercianti: bar e locali temono che far pagare la sosta ai clienti possa allontanarli. La staticità

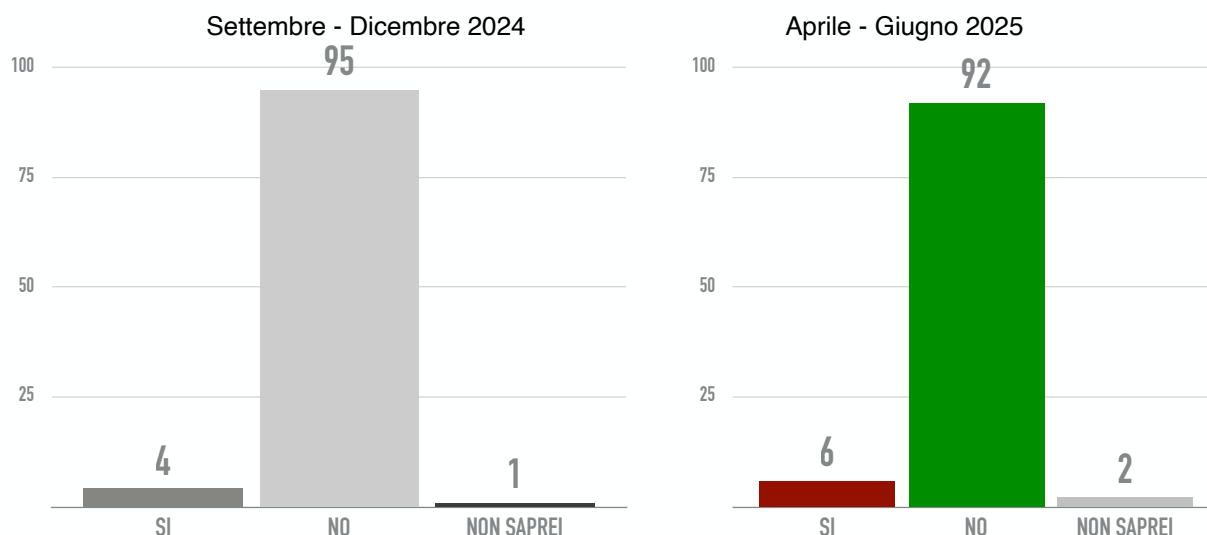
quasi totale dei “non saprei” suggerisce che quasi tutti hanno già una posizione precisa, segno di un dibattito forse già presente sulla stampa locale o nei social.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – Comune di Bari:** evitare mosse improvvise e piuttosto **studiare in dettaglio la situazione delle aree della movida**. Raccogliere dati sull’occupazione dei parcheggi in quelle fasce orarie, sull’incidenza di problemi come doppie file, caos o residenti penalizzati. Contestualmente, aprire un dialogo con associazioni di residenti delle zone interessate e con i gestori di locali: capire esigenze e preoccupazioni. Nel brevissimo termine, magari lanciare una campagna di sensibilizzazione per la movida responsabile che includa suggerimenti di mobilità (park & ride serale, car pooling, etc.), senza però introdurre tariffe subito.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** se l’analisi mostra che la sosta selvaggia serale crea problemi seri, valutare una **sperimentazione di sosta regolamentata in orario serale** in una zona pilota. Ad esempio, si potrebbe iniziare con una sola via o un piccolo quartiere della movida, introducendo una tariffa serale modesta e specifiche agevolazioni per i residenti della zona (es. pass gratuiti). Durante la sperimentazione, AMTAB dovrebbe monitorare il tasso di occupazione, le infrazioni e l’accettazione da parte degli utenti (anche con interviste sul posto). Se i risultati mostrano miglior ordine e residenti soddisfatti senza calo significativo di frequentazione dei locali, ciò potrebbe aiutare a convincere più persone dei benefici. In caso contrario, si potrà sospendere la misura.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari:** decidere sulla base di evidenze se implementare in modo stabile o meno la sosta a pagamento serale. Se la sperimentazione/pilota avrà avuto esito positivo, predisporre un piano graduale di estensione ad altre zone della movida, accompagnandolo con robusta comunicazione (spiegando che l’obiettivo è migliorare la vivibilità notturna, usare gli incassi per potenziare i trasporti notturni, ecc.) per mitigare le opposizioni. Se invece il malcontento rimane alto e i benefici dubbi, il Comune potrebbe optare per soluzioni alternative: ad esempio, potenziare i controlli di sera senza imporre ticket, oppure creare nuovi parcheggi notturni gratuiti fuori dal centro con navette. In un orizzonte di 12 mesi, l’importante è avere testato l’idea in concreto e deciso consapevolmente se portarla avanti o archiviare, rispondendo così anche alle preoccupazioni di quel ~77% di contrari con fatti (mostrando miglioramenti) o con la rassicurazione che la misura non verrà applicata se non funziona.

Favorevole al pagamento della sosta anche nei giorni festivi

SERVIZI AREE DI SOSTA

SAREBBE FAVOREVOLE AD ESTENDERE IL SERVIZIO DI PAGAMENTO DELLA SOSTA SU STRADA ANCHE NEI GIORNI FESTIVI?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.



Questa domanda verifica l'opinione sull'eventualità di rendere a pagamento la sosta anche nei giorni festivi (dove tradizionalmente in molte città è gratuita). Il verdetto degli utenti è fortemente negativo e nel 2025 resta tale, con una lievissima variazione: i **favorevoli** passano dal 4% al 6% (+2 punti, ma restano una minima parte), mentre i **contrari** scendono dal 95% al 92% (-3 punti, comunque la quasi totalità). Gli indecisi aumentano di 1 punto (da 1% a 2%). In altre parole, **più di nove persone su dieci sono contrarie alla sosta a pagamento nei festivi**, confermando una netta preferenza per mantenere gratuiti domeniche e festivi, considerati momenti "liberi" probabilmente dal punto di vista di spostamenti e shopping.

L'opposizione massiccia è comprensibile: far pagare la sosta la domenica o nei giorni festivi viene percepito come un aggravio ingiustificato, quasi una "tassa sul tempo libero" che colpirebbe famiglie e persone che escono nei giorni di festa per svago o devozione (si pensi alle Messe domenicali, ecc.). Anche attività economiche come il commercio in centro potrebbero risentirne, perché i clienti potrebbero ridurre le visite se costretti a pagare il parcheggio nei giorni che prima erano gratuiti. Il leggero aumento dei favorevoli al 6% potrebbe riflettere una piccola quota di cittadini che, vivendo in zone molto frequentate la domenica (es. vicino al lungomare o a attrazioni turistiche), soffrono il parcheggio caotico e vedono in una tariffa festiva una possibile soluzione

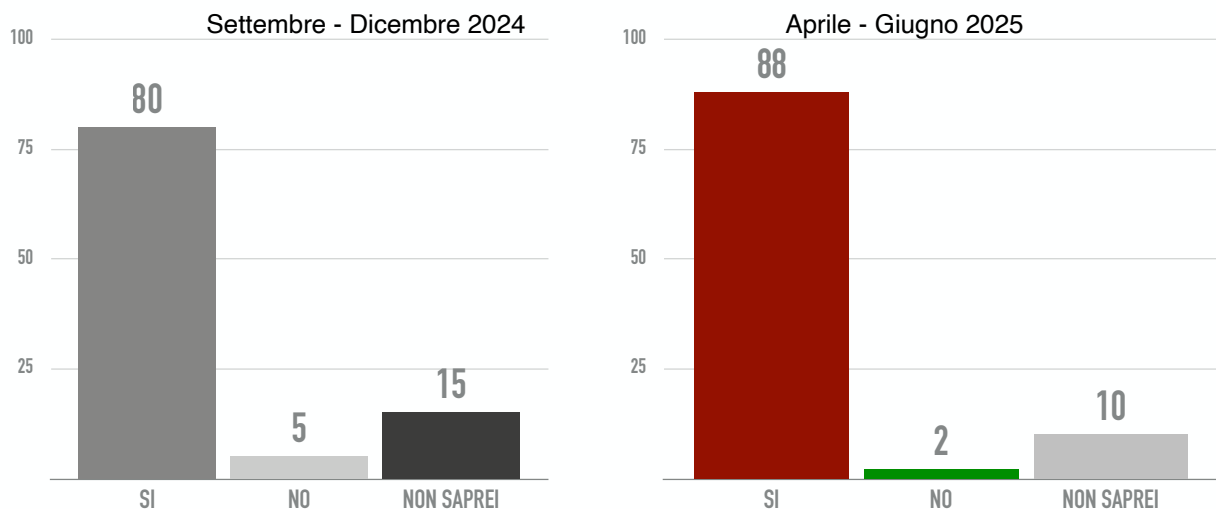
per limitare l'afflusso di auto esterne. Ma si tratta di eccezioni: il segnale plebiscitario resta “no, la sosta festiva deve rimanere gratuita”.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – Comune di Bari:** dichiarare pubblicamente che attualmente **non vi è alcuna introduzione immediata della sosta a pagamento nei festivi** all’orizzonte, per evitare preoccupazioni diffuse. Allo stesso tempo, condurre uno studio mirato sui luoghi e periodi festivi critici: ad esempio zone turistiche estive (festivi al mare) o eventi straordinari che cadono di domenica dove il sovraffollamento di auto è problematico. Questo per capire se esistono situazioni puntuali in cui qualche forma di regolamentazione festiva potrebbe essere giustificata.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** valutare l’introduzione di **misure alternative** per gestire la sosta nei festivi senza ricorrere a tariffe generalizzate. Ad esempio: rafforzare l’offerta di trasporto pubblico gratuito o a tariffa ridotta nei giorni festivi per incentivare a lasciare l’auto a casa; organizzare *Park & Bus* speciali per spiagge o centri commerciali durante le festività; oppure implementare solo in aree specifiche a fortissima affluenza (es. zona Basilica/centro storico nelle domeniche di alta stagione) delle **ZTL temporanee** o tariffe simboliche, concordandole con commercianti e residenti. Testare queste misure su base volontaria/pilota potrebbe alleviare i problemi senza scontentare la maggioranza degli utenti.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari:** date le opinioni, è sconsigliabile imporre pagamenti festivi diffusi nel prossimo anno. Piuttosto, il Comune dovrebbe concentrarsi su convincere indirettamente i cittadini a comportamenti virtuosi nei festivi: ad esempio, se l’obiettivo era ridurre traffico e caos, investire in campagne “domenica ecologica” con servizi di trasporto speciali, chiusure di alcune strade e attività ricreative, così che l’auto privata non sia né necessaria né conveniente. Solo qualora in futuro l’opinione dovesse cambiare (magari perché le auto elettriche e sharing aumentano, o per emergenze smog), si potrà riproporre la discussione. Per ora, entro 12 mesi, l’importante è mantenere la fiducia dei cittadini mostrando di aver ascoltato il loro netto rifiuto: quindi nessuna tariffazione festiva generalizzata, ma soluzioni alternative per migliorare comunque l’ordine durante quei giorni.

Favorevole a incrementare le aree di sosta Park & Ride

SERVIZI AREE DI SOSTA

SAREBBE FAVOREVOLE A INCREMENTARE LE AREE DI SOSTA "PARK AND RIDE" (SERVIZIO CHE CONSENTE DI PARCHEGGIARE IL VEICOLO NELLE AREE DI SOSTA PERIFERICHE E DI RAGGIUNGERE IL CENTRO CON MEZZI PUBBLICI DETTI "BUS NAVETTA")?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.



Su questo quesito, riguardante la possibilità di **aumentare il numero di aree di sosta Park & Ride** (parcheggi di interscambio periferici con collegamento al centro via bus navetta), l'opinione pubblica appare fortemente positiva e in ulteriore crescita. I **favorevoli** erano già l'80% nel 2024 e sono saliti all'88% nel 2025, con un incremento notevole di +8 punti percentuali. Parallelamente, i **contrari** calano dal 5% al 2% (-3 punti), e anche gli incerti "*non saprei*" scendono dal 15% al 10% (-5). Si delinea quindi un consenso quasi unanime: quasi **nove cittadini su dieci sostengono l'idea di ampliare il Park & Ride**, e i pochissimi che si oppongono o non hanno opinione sono in netta diminuzione.

Questo risultato è uno dei più chiari e incoraggianti dell'indagine, poiché indica che il sistema Park & Ride, dove presente, è apprezzato e visto come soluzione efficace. L'aumento degli orientamenti positivi dal 2024 al 2025 può essere dovuto ai buoni risultati ottenuti dal servizio esistente: se le attuali aree di scambio (es. Pane e Pomodoro, Largo 2 Giugno, etc.) funzionano bene, gli utenti ne colgono i benefici (meno stress per il parcheggio in centro, costi minori, traffico ridotto) e desiderano vederne di più. Inoltre, in un anno in cui si parla sempre più di mobilità sostenibile, i cittadini percepiscono l'espansione del Park & Ride come un'alternativa valida all'uso massiccio dell'auto in centro. Il bassissimo tasso di contrari indica che quasi nessuno

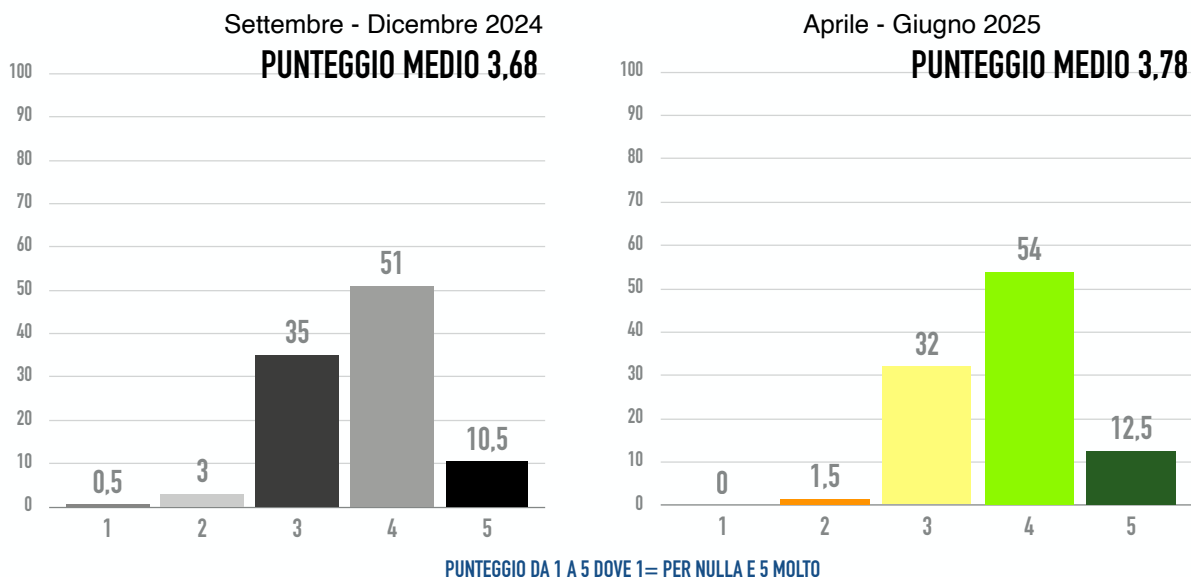
vede aspetti negativi in più Park & Ride – forse solo qualcuno preoccupato del costo di tali infrastrutture o scettico sull’uso che ne farebbero gli altri.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** capitalizzare subito su questo forte consenso popolare. Avviare la pianificazione preliminare di nuove aree Park & Ride individuando le zone strategiche (ingressi alla città attualmente privi di parcheggio di scambio, quartieri periferici con domanda potenziale). In parallelo, comunicare pubblicamente l’intenzione di investire su nuovi Park & Ride, sottolineando che si risponde a una richiesta concreta dei cittadini (per rafforzare la fiducia nel fatto che l’amministrazione ascolta i feedback positivi). Inoltre, nel breve termine, migliorare la visibilità e l’attrattiva dei Park & Ride esistenti: ad esempio, segnaletica stradale chiara verso di essi, informazioni in tempo reale sulle navette e sui posti disponibili tramite app/sito.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – Comune di Bari:** avviare i progetti esecutivi per almeno uno o due nuovi parcheggi di interscambio. Reperire i finanziamenti necessari (valutando anche fondi regionali, ministeriali o europei per la mobilità sostenibile) e coinvolgere AMTAB nella definizione del servizio navetta (frequenza, orari) collegato. Entro 6 mesi sarebbe ideale annunciare ufficialmente l’apertura imminente di un nuovo Park & Ride, con dettagli su capienza, percorso navetta e tariffe, così da mantenere alta l’attenzione e la soddisfazione pubblica. Nel frattempo, potenziare le linee bus esistenti dai Park & Ride attuali se si riscontrano criticità (ad esempio navette troppo piene nei weekend).
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – Comune di Bari & AMTAB:** inaugurare e rendere operativi i nuovi Park & Ride pianificati, e contestualmente lanciare una **campagna massiccia di promozione** del sistema integrato. Ad esempio: “Parcheggia fuori, vivi la città – 5 nuovi Park & Ride per Bari 2026” come slogan, evidenziando comfort, risparmio e contributo ecologico. Monitorare attentamente l’utilizzo: se l’88% era favorevole, bisogna assicurarsi che altrettanti poi effettivamente li utilizzino. AMTAB dovrà garantire navette puntuali, sicure e frequenti, mentre il Comune potrebbe incentivare l’uso iniziale con tariffe scontate o giornate promozionali gratuite. Entro un anno, l’obiettivo è raddoppiare la capacità di sosta di interscambio e trasferire una fetta significativa di pendolari e visitatori dall’auto privata al Park & Ride, decongestionando il centro. Un successo tangibile in questa iniziativa non solo soddisferà le aspettative espresse da quasi il 90% dei cittadini, ma potrebbe far diventare Bari un caso virtuoso di mobilità urbana sostenibile a livello nazionale.

Propensione a consigliare il servizio Park & Ride (customer satisfaction/NPS)

SERVIZI AREE DI SOSTA

A LIVELLO GENERALE, CONFRONTANDOSI CON UN SUO AMICO O PARENTE QUANTO SAREBBE PROPENSO A "CONSIGLIARE" IL SERVIZIO DI PARK AND RIDE DI BARI?



Valori % espressi sul totale dei rispondenti per tornata

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CLES s.r.l.



In chiusura dell'indagine, è stata misurata la **propensione degli utenti a consigliare il Park & Ride** ad altre persone, su una scala da 1 (per nulla propenso) a 5 (molto propenso). Questo indicatore è assimilabile a una valutazione di soddisfazione/NPS (Net Promoter Score) per il servizio Park & Ride esistente. I risultati evidenziano un miglioramento nella distribuzione dei punteggi dal 2024 al 2025, segno di una crescente soddisfazione. Nello specifico, aumentano i giudizi alti: i punteggi **5** (massima raccomandabilità) salgono dal 10,5% al 12,5% (+2 punti) e i **4** dal 51% al 54% (+3). Contestualmente, diminuiscono i giudizi bassi: gli **1** passano dallo 0,5% allo 0% e i **2** dal 3% all'1,5%. Anche i punteggi medi **3** scendono leggermente dal 35% al 32% (-3).

In termini pratici, questo significa che nel 2025 circa **due utenti su tre** ($54\% + 12,5\% \approx 66,5\%$) darebbero una valutazione positiva (4 o 5) alla probabilità di consigliare il Park & Ride, mentre un terzo rimane neutrale (3) e una piccola minoranza (appena 1,5%) sarebbe detrattrice (valori 1 o 2). Nel 2024, i promotori erano un po' meno (61,5% sommando 4 e 5) e i detrattori poco di più (~3,5% sommando 1 e 2). Questa tendenza positiva indica che l'esperienza con i parcheggi di scambio sta soddisfacendo sempre meglio gli utenti: probabilmente perché il servizio navetta è efficiente, i costi sono vantaggiosi e si evita lo stress del traffico. Il punteggio medio calcolato è salito da circa 3,68/5 a 3,78/5, un progresso piccolo ma significativo su un campione ampio, segnale che la reputazione del Park & Ride sta crescendo.

Tuttavia, c'è ancora margine per migliorare: solo il 12,5% dà il punteggio massimo, quindi c'è spazio per convertire più utenti in entusiasti assoluti. Il 32% neutrale suggerisce che una parte consistente di utenti trova il servizio utile ma non eccezionale – magari perché riscontra qualche inconveniente (es. attese un po' lunghe la sera, sicurezza nelle aree P&R, comfort dei bus navetta) che gli impedisce di raccomandarlo con entusiasmo. Ridurre questa neutralità convertendola in positività sarà la chiave per far decollare ulteriormente l'indice di gradimento.

- **Breve termine (entro 90 giorni) – AMTAB:** raccogliere feedback diretto dagli utenti attuali del Park & Ride per capire *cosa manca per avere un servizio da 5 su 5*. Esempio: distribuire un questionario breve sulle navette o nei parcheggi di scambio chiedendo quali miglioramenti vorrebbero (orari più estesi? Bus più puliti? Più sicurezza di notte nelle aree? Servizi igienici?). Parallelamente, implementare subito alcuni “quick win” se emergono criticità facili da risolvere – ad esempio, se gli utenti segnalano scarsa illuminazione in un Park & Ride, intervenire immediatamente, oppure aggiungere una seconda navetta nelle ore di punta se c'è affollamento. Lo scopo a breve è dimostrare agli utenti fedeli che il loro feedback viene ascoltato, così da accrescere la loro soddisfazione e la probabilità che parlino bene del servizio.
- **Medio termine (entro 180 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** lanciare iniziative per rendere l'esperienza Park & Ride più confortevole e sicura, così da conquistare anche i neutri. Ad esempio, dotare i parcheggi di **ulteriore** guardiania o sorveglianza nelle ore di esercizio per aumentare la sensazione di sicurezza nel lasciare l'auto; installare pensiline coperte e magari distributori di bevande/snack per rendere l'attesa della navetta più gradevole; garantire una frequenza delle navette tale che l'attesa media sia sotto i 10 minuti. Il Comune potrebbe anche istituire convenzioni: ad esempio sconti nei negozi del centro per chi esibisce il biglietto del Park & Ride, incentivando così l'uso e gratificando gli utenti. In 6 mesi, si dovrebbe puntare a ridurre ulteriormente i punteggi 3 (neutrali) ampliando la quota di soddisfatti.
- **Lungo termine (entro 360 giorni) – AMTAB & Comune di Bari:** consolidare il Park & Ride come pilastro della mobilità cittadina integrata. Entro un anno, con l'espansione pianificata delle aree di sosta di scambio (descritta nelle sezioni precedenti) e il potenziamento qualitativo del servizio, l'obiettivo è trasformare la maggior parte degli utenti in **promotori entusiasti**. Ciò significa aspirare a un profilo di risposte in cui i punteggi 4 e 5 raggiungano magari l'80-90% complessivo. Per riuscirci, AMTAB dovrà mantenere standard elevatissimi sul servizio navetta (puntualità, comfort, pulizia, cortesia autisti) e il Comune garantire tariffe competitive (es. quelle già in vigore che prevedono parcheggio + bus a un costo simbolico) rispetto all'alternativa di parcheggiare in centro. Si potrebbe anche pensare a campagne di *storytelling* coinvolgendo utenti soddisfatti che facciano da “testimonial” pubblici del Park & Ride. In sintesi, sul lungo termine Bari dovrebbe mirare a fare del Park & Ride un suo fiore all'occhiello, con cittadini talmente convinti da consigliarlo spontaneamente ad amici e conoscenti, contribuendo a ridurre traffico e inquinamento urbano con soddisfazione diffusa.



c_a662.Comune di Bari - Prot. 18/09/2025.0321057.E

Mobilità urbana – Customer Satisfaction AMTAB (Bari)

Confronto I rilevazione 2024 vs II rilevazione 2025

Executive Summary (placeholder)

Nell'analisi condotta nei due semestri settembre–dicembre 2024 e aprile–giugno 2025, il servizio TPL di Bari (AMTAB) mostra miglioramenti marginali in alcuni ambiti chiave ma anche persistenti criticità in altri. In particolare, risultano in lieve aumento gli indici di puntualità delle corse e frequenza (numero di passaggi/ora), con punteggi medi che passano rispettivamente da ~2,11 a 2,17 (+0,06) e da 2,13 a 2,22 (+0,09) su 5. Cresce leggermente anche la prudenza di guida/percezione di sicurezza a bordo (da 2,99 a 3,11, +0,12), indice in controtendenza positiva. Si registra inoltre un uso più frequente del servizio: aumentano i passeggeri quotidiani (dal 45% al 47% degli intervistati, Δ +2 punti) e settimanali (24%→28%, +4), mentre calano gli utenti sporadici (chi prende il bus meno di una volta al mese scende dall'11% al 3%, -8). Anche la percezione di adeguatezza del servizio nei quartieri meglio serviti migliora: cresce la quota di residenti che giudicano il TPL “perfettamente” o “abbastanza adeguato” (77%→82%, +5) e diminuiscono i giudizi negativi (es. “poco adeguato” dal 16,5% all'11%).

Tuttavia, permangono criticità significative e alcuni indicatori peggiorano. La pulizia dei mezzi e delle fermate subisce un leggero calo di gradimento (voto medio pulizia bus 2,50→2,45; pensiline 2,05→1,93), riflesso nell'aumento di valutazioni “insufficienti”. Anche il comfort e modernità dei bus risulta in flessione (3,02→2,85), con più utenti che lamentano mezzi datati, clima e sedute non ottimali. Affollamento eccessivo rimane invariato su livelli problematici (punteggio ~2,8 stabile), segno che molti percepiscono i mezzi ancora troppo pieni nelle ore di punta. Preoccupa il lieve calo di percezione della sicurezza personale a bordo (furti, molestie) che scende da 3,03 a 2,92, accompagnato da un peggioramento delle informazioni alle fermate (2,95→2,82) e del giudizio sui punti vendita di biglietti (fermo a 2,09 senza progressi). Validazione a bordo meno efficiente (funzionalità obliteratrici da 3,11 a 2,99) e servizi per disabili sostanzialmente stabili su valori medi solo discreti (2,7→2,66) completano il quadro.

In sintesi, puntualità e regolarità mostrano un leggero trend positivo (anche grazie a un miglioramento organizzativo), mentre qualità percepita di comfort, pulizia e sicurezza segnala aree da potenziare. Alcuni aspetti restano statici (affollamento, punti vendita) evidenziando la necessità di interventi mirati.

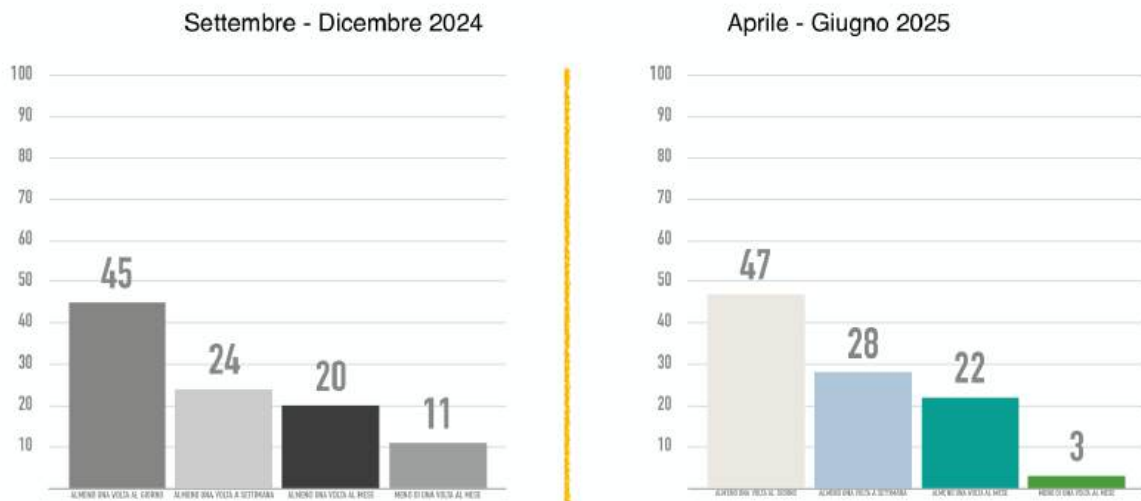
- **Entro 90 giorni:** intensificare la pulizia di bus e pensiline (aumento frequenza lavaggi e controlli qualità); avviare un controllo straordinario e manutenzione delle obliteratrici per migliorarne l'affidabilità; potenziare la comunicazione ai capolinea/fermate (aggiornamento orari cartacei, migliore illuminazione e segnaletica) per mitigare l'insoddisfazione sulle informazioni.
- **Entro 180 giorni:** espandere la rete di punti vendita e canali digitali (es. vending machine, app mobile) per facilitare l'acquisto di titoli di viaggio, dato il punteggio fermo a soli 2,09; lanciare un programma di formazione del personale di front-line (biglietterie, info-point) e autisti in tema di cortesia e assistenza; introdurre misure di safety (presidio di vigilantes a bordo di linee critiche, campagne anti-evasione e anti-molestie). Contestualmente, ricalibrare l'offerta sulle tratte più affollate (incrementare corse in fasce di punta, monitorando carichi) per ridurre il sovraffollamento percepito (indice ~2,8).

- **Entro 360 giorni:** rinnovare gradualmente la flotta autobus privilegiando mezzi a pianale ribassato, climatizzati e a basse emissioni; investire in infrastrutture dedicate (corsie preferenziali, fermate attrezzate) per migliorare ulteriormente puntualità e frequenza; implementare sistemi di bigliettazione contactless a bordo; sviluppare un piano di mobilità inclusiva con nuove rampe, segnaletica tattile e bus attrezzati.

Analisi comparativa I e II rilevazione

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

CON CHE FREQUENZA UTILIZZA I SERVIZI PUBBLICI PER SPOSTARSI IN CITTA'?



Ricerca di mercato, social
e sondaggi di opinione



CEI S.p.A.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



La quota di utenti abituali del TPL è in leggero aumento: i passeggeri che usano il bus **quotidianamente** passano dal 45% al 47% degli intervistati (+2 p.p.), mentre quelli che lo prendono **almeno settimanalmente** salgono dal 24% al 28% (+4 p.p.). Aumenta lievemente anche la fascia di utilizzo **mensile** (20%→22%, +2 p.p.). Cala nettamente invece la componente di utenti **sporadici**: la quota di chi prende il bus meno di una volta al mese scende dall'11% a solo il 3% (-8 p.p.), segnalando una riduzione degli utilizzatori saltuari.

Complessivamente, nel 2025 oltre tre quarti degli intervistati (circa 75%) utilizzano il TPL almeno settimanalmente, in crescita rispetto a circa 7 su 10 (69%) del 2024, segno di un utilizzo mediamente più frequente del servizio.

Raccomandazioni operative:

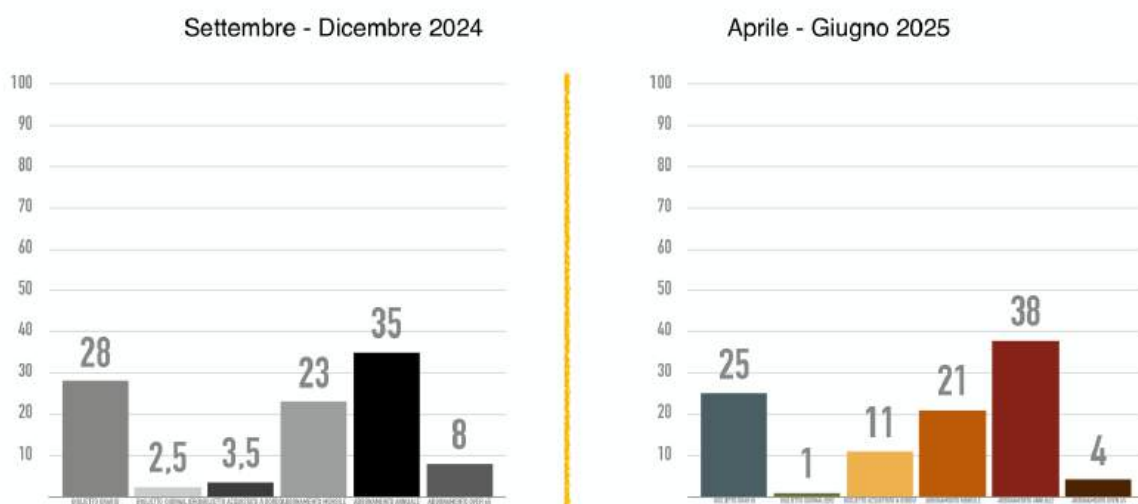
90 giorni: Lanciare una campagna mirata agli utenti occasionali (es. **“Prova il bus”** con incentivi o titoli promozionali) per convertirli in utenti regolari, comunicando i vantaggi dell'uso frequente del TPL — **Owner:** AMTAB Comunicazione - **KPI:** incremento % abbonamenti mensili/carnet attivi entro 3 mesi.

180 giorni: Introdurre programmi di **fidelizzazione** (sconti o premi per chi utilizza frequentemente il TPL) e potenziare l'offerta nelle fasce orarie di punta, per consolidare la crescita degli utenti abituali senza sovraffollare i mezzi - **Owner:** AMTAB Esercizio & Bigliettazione — **KPI:** aumento del numero di validazioni medie giornaliere e degli abbonamenti attivi (+% rispetto al 2024).

360 giorni: Riprogettare il servizio con investimenti mirati: ad esempio, attivare nuove corse su tratte/fasce orarie a forte domanda e integrare il TPL con soluzioni di first/last mile (bike sharing, navette di quartiere) per favorire un uso quotidiano del bus — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Pianificazione — **KPI:** crescita annuale dei passeggeri totali (+%) e ulteriore riduzione della quota di utenti "sporadici" (target <3%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

QUALE TITOLO DI VIAGGIO UTILIZZA SOLITAMENTE?



Ricerca di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CEES&A

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



L'**abbonamento annuale** si conferma il titolo di viaggio più utilizzato e cresce ulteriormente (dal 35% al 38% degli intervistati, +3 p.p.), segno di maggiore fidelizzazione al servizio nel 2025. Diminuisce leggermente l'uso del **biglietto orario** singolo (28%→25%, -3 p.p.) e del **biglietto giornaliero** (2,5%→1%, -1,5 p.p.), mentre cala sensibilmente la quota di **abbonamenti mensili** (23%→21%, -2 p.p.) e soprattutto quella degli **abbonamenti Over 65** (dall'8% al 4%, -4 p.p.). Aumenta in modo marcato l'acquisto di biglietti **a bordo**: la quota di utenti che paga il titolo

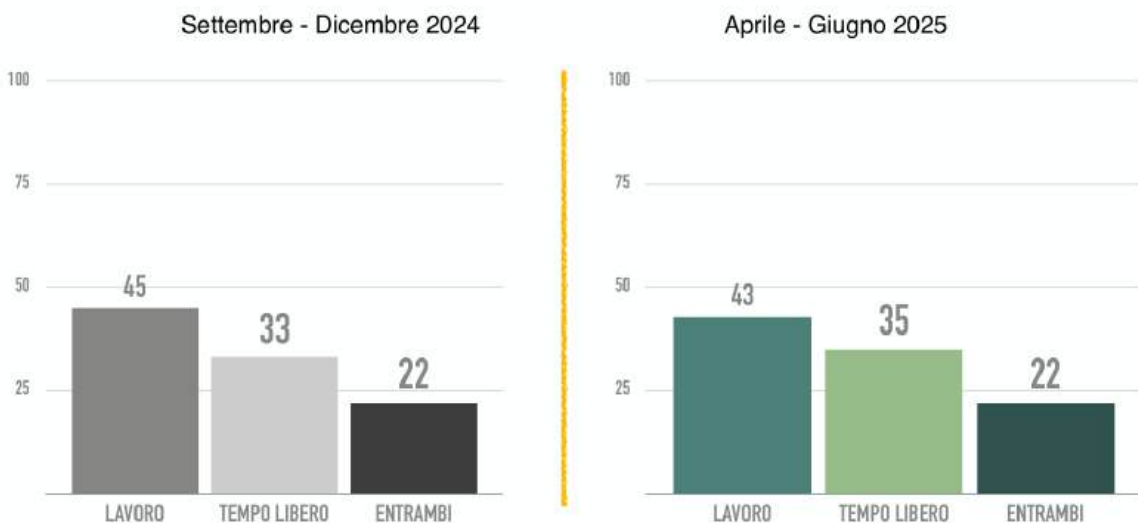
direttamente sul mezzo passa dal 3,5% all'11% (+7,5 p.p.), indice di un ricorso molto più frequente a questa modalità di acquisto nel 2025.

Nel 2025 l'acquisto **a bordo** diventa significativamente più comune di alcune soluzioni tradizionali (11% degli utenti, superando di gran lunga l'uso del biglietto giornaliero e quasi la metà dell'uso del titolo orario), evidenziando possibili difficoltà di accesso ai canali di vendita anticipata.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni:** Attuare misure immediate per **ridurre la necessità di acquisto a bordo** – ad esempio potenziando la comunicazione sui canali di vendita anticipata (app mobile, punti vendita convenzionati) e assicurando la piena operatività delle emettitrici automatiche sui mezzi – così da diminuire i tempi di fermata e incentivare l'acquisto prima della salita — **Owner:** AMTAB Bigliettazione & Comunicazione — **KPI:** quota di biglietti venduti a bordo (target riduzione del x% in 3 mesi).
- **180 giorni:** **Espandere la rete di vendita** dei titoli di viaggio (nuovi punti vendita fisici, installazione di distributori automatici in punti strategici) e incentivare l'uso di canali digitali (app, ricarica online) per facilitare l'acquisto pre-partenza — **Owner:** AMTAB Commerciale (in coordinamento con Comune) — **KPI:** numero di nuovi punti vendita attivati; aumento % di biglietti venduti off-board rispetto al totale.
- **360 giorni:** **Innovare il sistema di bigliettazione** introducendo soluzioni contactless e abbonamenti flessibili: implementare il pagamento con carte bancarie/smartphone a bordo e lanciare formule di abbonamento dedicate (es. carnet scontati, abbonamenti senior semplificati) per incoraggiare ulteriormente l'uso di titoli a lunga durata — **Owner:** AMTAB Direzione Tecnica & IT — **KPI:** incremento annuo del numero di abbonamenti attivi (mensili, annuali, over 65) e riduzione della quota di biglietti singoli venduti a bordo (target -50%).

UTILIZZA I MEZZI PUBBLICI PER



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CIES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



La componente di utenti che utilizza principalmente il bus per **raggiungere il lavoro** cala leggermente (dal 45% al 43%, -2 p.p.), mentre aumenta di pari passo la quota di chi lo usa per **motivi di tempo libero** (33%→35%, +2 p.p.).

Rimane invariata al 22% la percentuale di intervistati che dichiara di usare l'autobus **sia per lavoro sia per svago**, indice di un mix stabile di utilizzi multipli del servizio.

Il TPL mantiene dunque una forte vocazione pendolare (oltre 4 utenti su 10 lo usano principalmente per recarsi al lavoro), ma cresce lievemente l'utilizzo per **svago, commissioni e altre attività non lavorative** rispetto al 2024.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni:** Attivare campagne e convenzioni per incentivare l'**uso del bus nel tempo libero** (es. accordi con organizzatori di eventi culturali, cinema, fiere per biglietti integrati bus+evento) al fine di attrarre più utenti al di fuori degli spostamenti casa-lavoro — **Owner:** AMTAB Comunicazione/Marketing — **KPI:** numero di partnership/eventi convenzionati e incremento passeggeri nelle fasce serali/festive (+% rispetto allo stesso periodo 2024).

– **180 giorni:** **Adeguare il servizio nelle fasce extra-pendolari**, ad esempio potenziando corse serali e nel weekend verso zone di interesse (centri commerciali, lungomare, poli di svago) sulla base della domanda rilevata, così da rendere il TPL più fruibile anche per attività di svago —

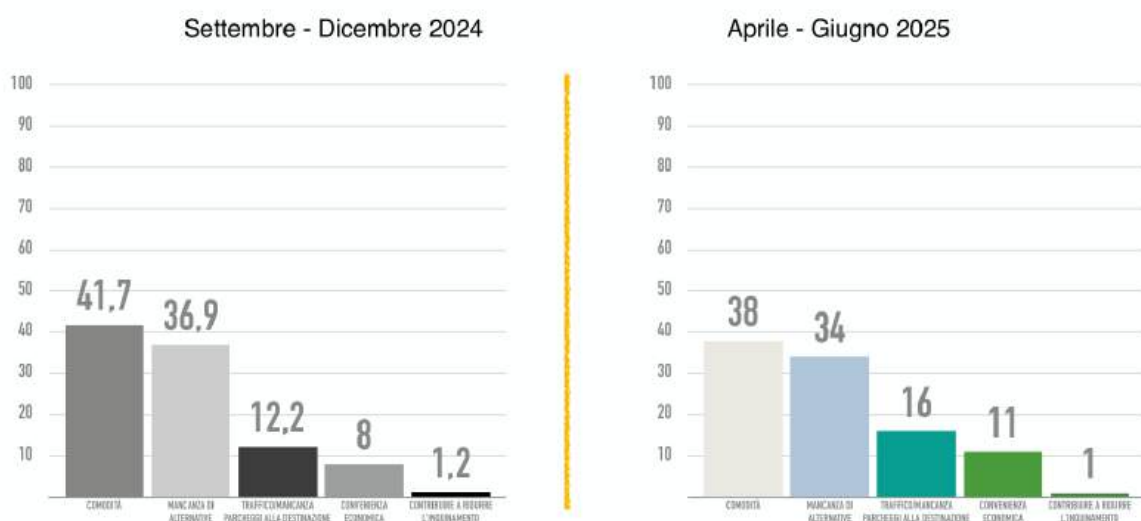
Owner: AMTAB Esercizio — **KPI:** aumento del volume di passeggeri trasportati nelle fasce orarie non di punta (weekend/sera)

rispetto al 2024.

– **360 giorni:** Pianificare investimenti in nuove linee o estensioni di percorso mirate a servire stabilmente le destinazioni per il tempo libero e il turismo (es. collegamenti estivi per spiagge, parchi, eventi) e consolidare così l'utenza non pendolare — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Pianificazione — **KPI:** attivazione di nuove linee/servizi dedicati e crescita della quota di utenti "tempo libero" nella prossima rilevazione (>35%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

PER QUALE MOTIVI UTILIZZA I MEZZI PUBBLICI ?



Valori % espressi sul totale delle risposte | Domanda con possibilità di risposta multipla



Ricerca di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CIES s.r.l.

amteb 11

Diminuisce la quota di utenti che sceglie il bus per **comodità personale**: “comodità” scende dal 41,7% al 38% (–3,7 p.p.), restando comunque la motivazione più citata, e cala anche chi indica la **“mancanza di alternative”** (36,9%→34%, –2,9 p.p.) come ragione principale di utilizzo. Cresce invece il peso di motivazioni **pragmatiche** legate al contesto urbano: la percentuale di utenti che usa il TPL per evitare **traffico o mancanza di parcheggio** sale dal 12,2% al 16% (+3,8 p.p.), e aumenta anche chi lo sceglie per la **convenienza economica** (8%→11%, +3 p.p.).

Rimane marginale la motivazione **ambientale**: solo circa l'1% degli intervistati dichiara di utilizzare il bus per **ridurre l'inquinamento**, valore stabile (1,2%→1%).

Raccomandazioni operative

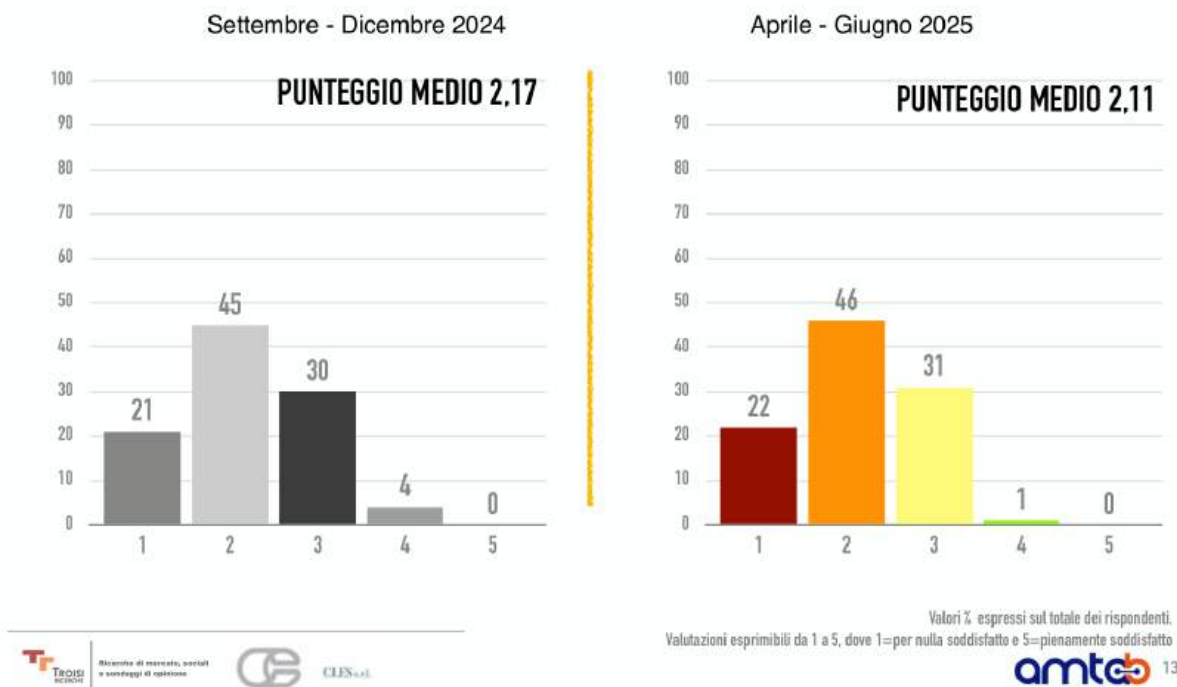
– **90 giorni: Interventi rapidi sul comfort di viaggio** (verifica climatizzazione, pulizia straordinaria interni, eliminazione guasti minori su sedute) per rendere il bus più “comodo” e attraente; in parallelo, lanciare una campagna informativa che sottolinei i vantaggi economici e di tempo dell'uso del TPL (risparmio carburante, niente stress da traffico/parcheggio) — **Owner**: AMTAB Manutenzione & Comunicazione — **KPI**: incremento quota di utenti che citano la “comodità” o la “convenienza” tra le motivazioni (obiettivo >50% nella prossima indagine).

– **180 giorni: Migliorare l'attrattività strutturale** del servizio per renderlo una scelta preferibile e non solo di ripiego: estendere la copertura di linee e orari nelle zone periferiche attualmente poco servite e aumentare la frequenza nelle ore di punta, così che sempre meno utenti percepiscano di “non avere alternative” all'auto — **Owner**: AMTAB Pianificazione Esercizio — **KPI**: riduzione della percentuale di utenti che indicano “mancanza di alternative” come motivo principale (<30% nella prossima indagine).

– **360 giorni: Rinnovare e potenziare la flotta** con mezzi più moderni e confortevoli (climatizzati, silenziosi, accessibili), e investire in soluzioni ecologiche visibili (introduzione di bus elettrici, campagne “Viaggia verde”) per migliorare sia la **qualità percepita** del servizio sia motivare una quota maggiore di utenti con l'argomento ambientale — **Owner**: Comune di Bari (Investimenti) & AMTAB Direzione — **KPI**: aumento del punteggio medio di comfort dei mezzi (+ punti) e della percentuale di utenti che citano motivazioni ecologiche (>5%) nella prossima indagine.

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

PUNTUALITÀ (DI ARRIVO A DESTINAZIONE RISPETTO AGLI ORARI PREVISTI)



I giudizi sulla **puntualità del servizio** rimangono decisamente bassi: oltre due terzi degli utenti esprimono valutazioni negative (voto 1 o 2 su 5) sia nel 2024 (~66%) sia nel 2025 (~68%); solo una minima parte assegna un punteggio positivo (appena l'1% ha dato 4 e nessuno 5 nel 2025). Il punteggio medio di puntualità resta fermo attorno a **2,1 su 5**, indicando l'**assenza di miglioramenti significativi** tra 2024 e 2025. Anzi, le valutazioni di livello medio-alto diminuiscono: i giudizi "4" (abbastanza puntuale) calano dal 4% all'1%, segnalando che pochissimi utenti riconoscono progressi su questo fronte.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni:** Istituire una **task force puntualità** con monitoraggio giornaliero dei ritardi e interventi correttivi immediati: adeguare gli orari alle condizioni di traffico reali, assicurare partenze puntuali dai capolinea e intervenire su cause operative (turni, coincidenze) che generano sistematici ritardi
— **Owner:** AMTAB Esercizio — **KPI:** riduzione del ritardo medio (minuti) a destinazione e aumento della % di corse puntuali (target >90% corse in orario)

– **180 giorni:** **Interventi strutturali per la regolarità:** introdurre corsie preferenziali o interventi viabilistici nei punti critici (in coordinamento con il Comune) e revisionare l'orario di esercizio basandosi sui dati effettivi di percorrenza, riducendo i tempi di percorrenza programmati dove

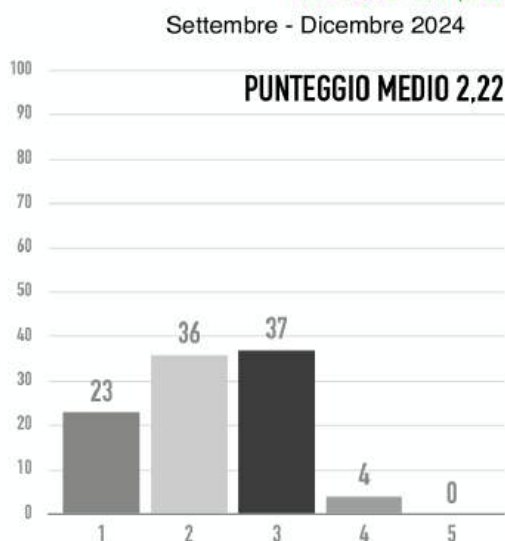
necessario — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Pianificazione — **KPI:** incremento del punteggio medio di puntualità (es. da ~2,1 a ≥2,5) e diminuzione delle segnalazioni mensili di corse in ritardo.

– **360 giorni: Investire in tecnologia e infrastrutture:** implementare sistemi di priorità semaforica per i bus e telecontrollo della flotta in tempo reale, estendere la rete di corsie preferenziali e potenziare la flotta per sopperire a ritardi causati da guasti. Queste misure mirano a migliorare stabilmente puntualità e regolarità — **Owner:** Comune di Bari (Infrastrutture) & AMTAB Direzione — **KPI:** percentuale di corse giunte entro l'orario previsto (>95%) e calo della quota di utenti che valuta la puntualità con 1–2 (target <50%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

FREQUENZA (NUMERO DI CORSE PER ORA)



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CLES&C

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



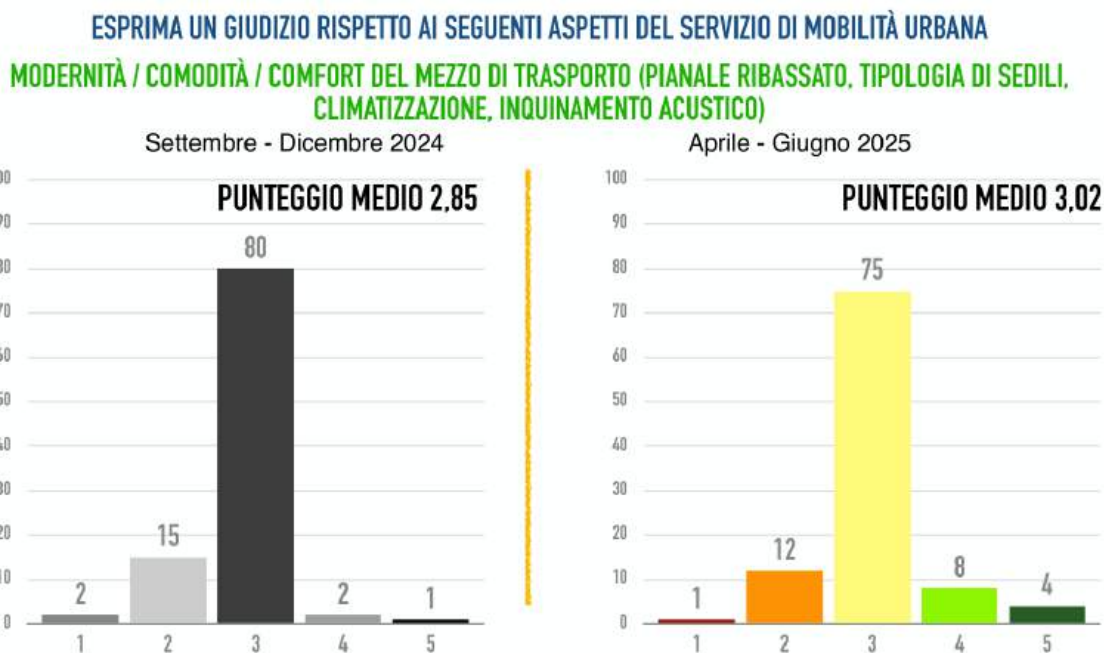
La **frequenza delle corse** (numero di bus per ora) ottiene giudizi prevalentemente negativi, similmente alla puntualità: nel 2025 circa il 62% degli utenti assegna un voto 1–2 (contro ~59% nel 2024), mentre restano rarissime le valutazioni positive (solo ~3% dà 4; nessun 5 in entrambi gli anni).

Si osserva un lieve spostamento verso giudizi più critici: la quota di rispondenti che valuta la frequenza **molto insufficiente** (voto 1) aumenta di 5 punti (dal 23% al 28%), segno che permane l'insoddisfazione sulla regolarità dei passaggi degli autobus e che nel 2025 alcuni utenti in più percepiscono le corse come troppo diradate.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni:** Effettuare un'**analisi mirata delle linee** con maggiori intervalli di attesa e intervenire con corse aggiuntive mirate nelle fasce critiche: ad esempio, inserire immediatamente bus supplementari su 2–3 linee principali durante l'ora di punta (ove possibile riorganizzando turni e riserve) per ridurre i tempi di attesa percepiti — **Owner:** AMTAB Esercizio — **KPI:** diminuzione dell'intervallo medio di passaggio nelle fasce di punta sulle linee potenziate (es. da 20 a 15 minuti); riscontro utenti su riduzione attese (da survey rapida).
- **180 giorni: Potenziamento strutturale delle frequenze:** rivedere la programmazione di tutta la rete aumentando stabilmente il numero di corse nelle ore di punta sulle tratte a maggior domanda, anche attraverso nuove assunzioni di autisti e acquisizione di mezzi, così da dimezzare i tempi di attesa sulle linee critiche — **Owner:** AMTAB Pianificazione & HR — **KPI:** incremento del numero di corse effettuate (+% rispetto al 2024); miglioramento del voto medio sulla frequenza (target $\geq 2,5$ su 5).
- **360 giorni: Investimenti strategici:** avviare l'implementazione di linee ad alta frequenza (es. Bus Rapid Transit) sulle direttrici principali, con nuovi autobus dedicati e corsie preferenziali, in modo da offrire passaggi ogni pochi minuti nelle ore di punta. Contestualmente, monitorare in continuo via ITS (sistemi intelligenti) la regolarità dei passaggi per intervenire tempestivamente su eventuali gap — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Direzione — **KPI:** attivazione linee BRT (sì/no); riduzione del tempo medio di attesa dichiarato dagli utenti (target -20%); aumento delle valutazioni positive di frequenza (>10% voti 4–5).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL



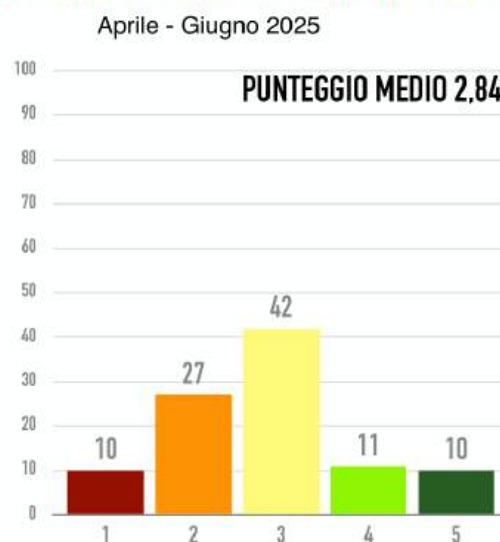
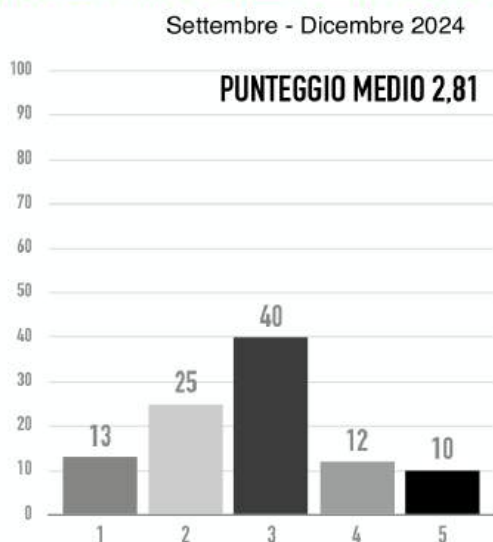
Comfort e modernità dei bus: si registra un miglioramento nelle valutazioni nel 2025. Le valutazioni **insufficienti** (1–2) diminuiscono (dal 17% al 13% degli utenti, –4 p.p.), mentre aumentano in modo evidente i giudizi **positivi**: i voti “4” crescono dal 2% all’8%, e i “5” dall’1% al 4%.

La maggioranza degli utenti continua a dare un giudizio medio (**3 su 5**) sul comfort dei mezzi, ma tale quota scende dall’80% al 75%, lasciando spazio a un maggiore apprezzamento. Ciò suggerisce **progressi percepiti** nella qualità e modernità dei bus nel 2025 (es. climatizzazione e sedili leggermente migliorati), anche se il livello medio resta ancora sotto la sufficienza piena (~2,9).

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Mantenere e consolidare i miglioramenti** percepiti nel comfort dei mezzi – effettuando un controllo straordinario su climatizzazione, sedili, finestrini e illuminazione interna su tutta la flotta, riparando immediatamente i guasti minori – per garantire un ambiente di viaggio confortevole e uniforme. — **Owner:** AMTAB Manutenzione — **KPI:** % autobus con climatizzazione e sedili pienamente funzionanti (target 100%); numero di reclami su comfort a bordo (target riduzione significativa).
- **180 giorni: Ammodernamento strutturale** della flotta esistente: avviare il refitting dei mezzi più datati (es. potenziamento impianti A/C, sostituzione rivestimenti usurati, riduzione rumorosità interna) e concentrare i bus più recenti sulle linee a maggiore affluenza, così che più utenti sperimentino mezzi confortevoli — **Owner:** AMTAB Direzione Tecnica — **KPI:** età media della flotta (anni, in diminuzione); punteggio medio comfort percepito (target >3,0 su 5).
- **360 giorni: Rinnovare la flotta** con autobus di ultima generazione (bassi livelli di rumore, climatizzazione efficiente, pianale ribassato, Wi-Fi a bordo) per elevare in modo sostanziale il comfort percepito dai passeggeri. Contestualmente, valutare l’introduzione di servizi aggiuntivi (es. prese USB, info in tempo reale a bordo) che migliorino l’esperienza di viaggio — **Owner:** Comune di Bari (Finanziamento) & AMTAB Patrimonio — **KPI:** numero di nuovi autobus immessi in servizio; aumento delle valutazioni 4–5 sul comfort mezzi oltre il 15% nella prossima indagine.

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA
AFFOLLAMENTO DEI MEZZI (1=MOLTO AFFOLLATO; 5=POCO AFFOLLATO) INQUINAMENTO ACUSTICO)



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
 Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto

amtab 19

Le opinioni sull'**affollamento dei bus** restano pressoché invariate tra 2024 e 2025. La ripartizione delle risposte mostra solo variazioni minime: le valutazioni **"1"** (mezzo eccessivamente pieno) calano dal 13% al 10%, mentre i giudizi **"2"** salgono dal 25% al 27%. La quota maggioritaria di utenti che assegna **"3"** (affollamento medio) cresce leggermente dal 40% al 42%.

La percentuale di utenti che esprime un'opinione positiva sull'affollamento (voti 4-5, cioè bus poco affollato) rimane stabile attorno al 21% (11% "4" e 10% "5" nel 2025 vs 12%+10% nel 2024). In sintesi, **non si registrano cambiamenti sostanziali**: circa 2 utenti su 5 continuano a percepire livelli problematici di affollamento (voto 1-2), segnale che la situazione di carico a bordo è rimasta critica.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Monitoraggio attivo dell'affollamento** sulle linee critiche: dispiegare personale di controllo alle fermate principali nelle ore di punta per rilevare i carichi e, in caso di sovraffollamento grave, predisporre immediatamente autobus di rinforzo. Allo stesso tempo, informare l'utenza in fermata sull'arrivo di eventuali navette aggiuntive per distribuire meglio i passeggeri — **Owner:** AMTAB Esercizio — **KPI:** numero di interventi di rinforzo effettuati; riduzione segnalazioni di bus sovraffollati (dati URP).
- **180 giorni: Ricalibrare l'offerta sulle tratte più affollate:** introdurre bus di maggiore capienza

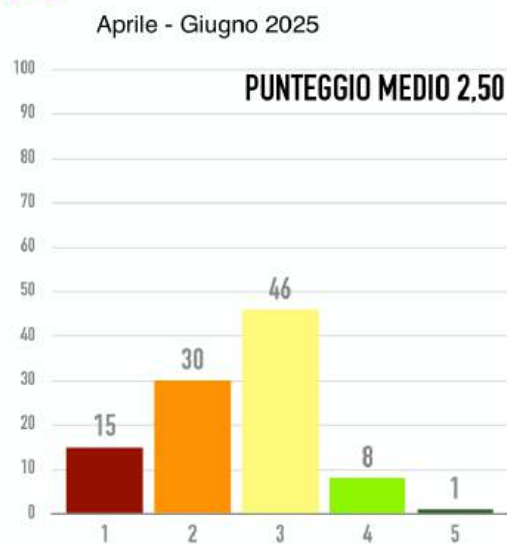
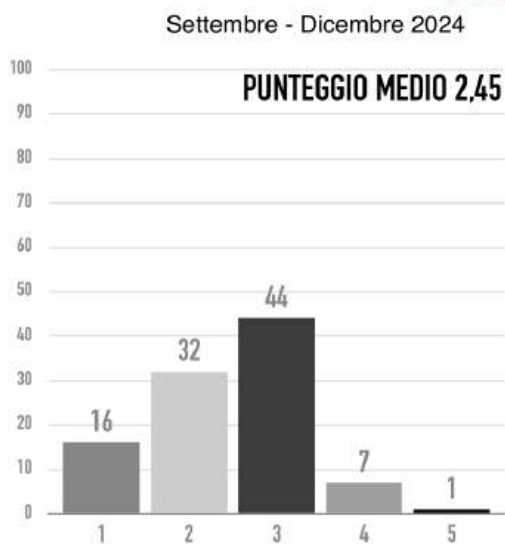
(es. autosnodati) o corse supplementari strutturali nelle ore di punta sulle linee dove l'indice di riempimento è costantemente elevato. Ciò potrebbe implicare la redistribuzione di risorse da linee meno cariche a quelle sovraffollate — **Owner:** AMTAB Pianificazione — **KPI:** tasso di riempimento medio nelle ore di punta (posti occupati/capienza, target riduzione); miglioramento del punteggio medio sull'affollamento (es. da ~2,8 a $\geq 3,0$).

– **360 giorni: Piano di potenziamento capacità:** acquisire autobus articolati o aggiuntivi e assumere personale di guida per aumentare l'offerta di posti-km nelle fasce orarie di massimo carico. Parallelamente, implementare un sistema di conteggio automatico passeggeri a bordo per raccogliere dati in tempo reale e adeguare dinamicamente l'offerta (es. introduzione di corse bis dove necessario) — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Direzione — **KPI:** incremento di posti*km offerti sulle linee critiche (+%); diminuzione della percentuale di utenti che valutano l'affollamento con 1-2 (target <30%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

PULIZIA DEI MEZZI



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CIES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



21

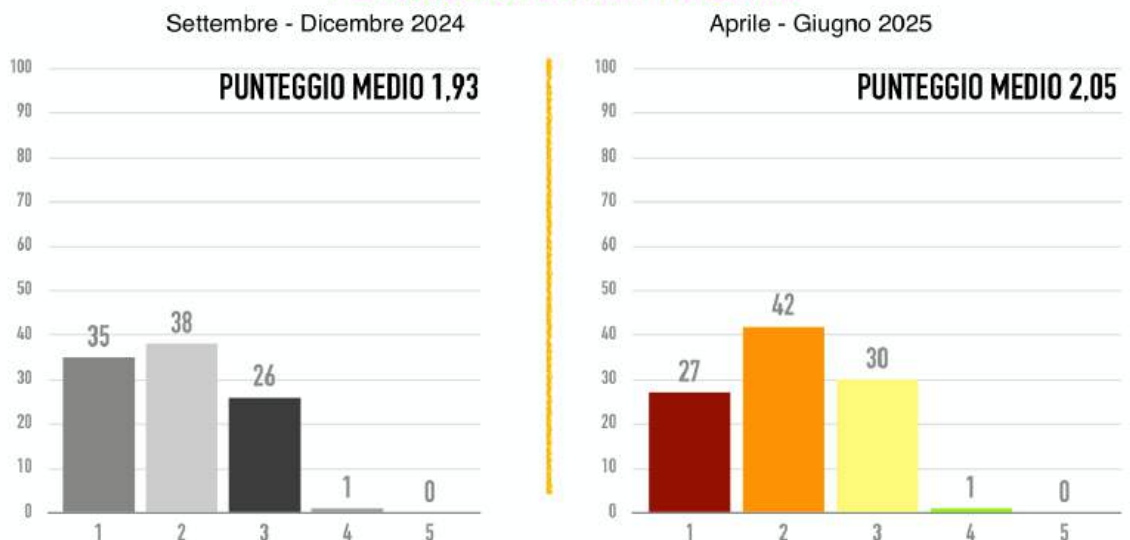
La distribuzione dei giudizi mostra un **leggero miglioramento** nella pulizia interna dei bus: nel 2025 diminuisce la quota di valutazioni negative (voti 1-2 complessivamente dal 48% al 45%) e aumentano sia i giudizi neutri (3 dal 44% al 46%) sia quelli positivi (4-5 dal 8% al 9% totale). Malgrado queste variazioni favorevoli, quasi **la metà degli utenti continua a esprimere insoddisfazione** (45% con voto 1 o 2) per la pulizia dei mezzi. Il giudizio medio rimane quindi basso (~2,5 su 5), evidenziando come la percezione dell'igiene a bordo sia un'area ancora critica.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Intensificare le operazioni di pulizia:** aumentare la frequenza di lavaggio/sanificazione degli autobus (interni ed esterni) e istituire audit interni di controllo qualità sulla pulizia giornaliera, così da consolidare ed accelerare il trend di miglioramento percepito — **Owner:** AMTAB Manutenzione (Igiene) — **KPI:** n. interventi di pulizia per bus al giorno (target +X%); segnalazioni di autobus sporchi (target riduzione entro 3 mesi).
- **180 giorni: Standardizzare i protocolli di pulizia:** rivedere il capitolato di pulizia affidato (eventualmente coinvolgendo ditte specializzate per pulizie profonde periodiche di sedili e pavimenti) e lanciare campagne di sensibilizzazione verso i passeggeri per mantenere i mezzi puliti (invito a non sporcare, usare cestini, ecc.) — **Owner:** AMTAB Qualità & Manutenzione — **KPI:** punteggio medio soddisfazione pulizia mezzi nella prossima indagine (target +0,2); diminuzione del numero di reclami mensili su pulizia.
- **360 giorni: Interventi strutturali per l'igiene a bordo:** sostituire i rivestimenti interni e i materiali dei sedili con soluzioni anti-macchia e facili da pulire, installare piccoli cestini a bordo e rivestimenti anti-graffito, e programmare manutenzioni periodiche specifiche (es. igienizzazione climatizzatori ogni 6 mesi) — **Owner:** AMTAB Patrimonio — **KPI:** % autobus con interni rinnovati/igienizzati (target +X% annuo); riduzione delle valutazioni negative sulla pulizia sotto il 40% nella prossima rilevazione.

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

PULIZIA DELLE FERMATE / PENSILINE



Ricerche di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CUES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



La **pulizia delle fermate/pensiline** continua a essere valutata in modo negativo dalla gran parte degli utenti. Nel 2025 si riscontra una lieve redistribuzione delle opinioni: calano i giudizi **pessimi** (voto 1) dal 35% al 27%, ma aumenta la quota di giudizi **“2”** (da 38% a 42%) e sale anche quella dei giudizi medi (3 dal 26% al 30%). Restano praticamente assenti i pareri positivi (solo ~1% assegna 4 e 0% assegna 5, invariato). Complessivamente quasi **7 utenti su 10** esprimono un’insufficienza sulla pulizia delle fermate nel 2025 (circa 69% con voto 1–2, comunque in lieve calo rispetto al ~73% del 2024). Questo evidenzia come la percezione resti **fortemente negativa**: sebbene si siano ridotti gli estremi peggiori, la grande maggioranza continua a ritenere insoddisfacente lo stato di pulizia di pensiline e spazi di attesa.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Operazione pulizia straordinaria** delle fermate: effettuare interventi intensivi di lavaggio e sanificazione delle pensiline nelle principali fermate, rimuovere graffiti e rifiuti, e predisporre un calendario emergenziale di pulizia frequente (es. settimanale) almeno per le fermate più utilizzate — **Owner:** AMTAB Manutenzione (Fermate) in coordinamento con Amiu — **KPI:** n. fermate oggetto di pulizia straordinaria (target: 100% fermate capolinea e alto traffico entro 3 mesi); riduzione delle lamentele su fermate sporche registrate dall’URP.

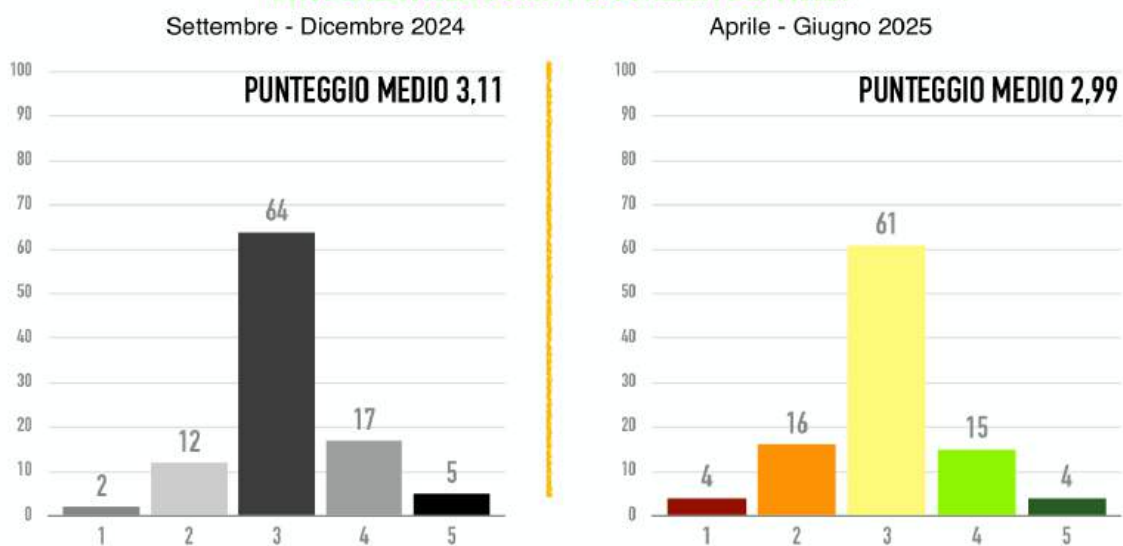
– **180 giorni: Piano di manutenzione programmata delle fermate:** definire standard minimi (svuotamento cestini quotidiano, lavaggio mensile delle pensiline, rimozione graffiti entro 48h) e monitorarne il rispetto con ispezioni periodiche. Coinvolgere eventualmente sponsor privati per l'“adozione” di fermate, garantendo decoro continuo in cambio di spazi pubblicitari — **Owner:** AMTAB Esercizio & Comune di Bari — **KPI:** % fermate ispezionate che rispettano gli standard (target >90%); punteggio medio pulizia pensiline nella prossima indagine (target +0,5).

– **360 giorni: Riqualificazione infrastrutturale delle fermate:** installare nuove pensiline anti-degrado e facili da pulire nelle fermate più frequentate, dotandole di cestini e posacenere per evitare accumulo di rifiuti. Investire in materiali antivandalismo e in contratti pluriennali di manutenzione che assicurino continuità nel decoro (inclusa illuminazione e videosorveglianza dove opportuno) — **Owner:** Comune di Bari (Infrastrutture) & AMTAB — **KPI:** numero di pensiline nuove/installate; riduzione delle valutazioni 1–2 sulla pulizia fermate sotto il 60% nella prossima indagine.

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

PRUDENZA ALLA GUIDA / SICUREZZA DEI MEZZI



Ricerche di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



La valutazione sulla **prudenza di guida degli autisti** peggiora leggermente: i giudizi negativi aumentano (risposte “1” + “2” dal 14% al 20% complessivo, +6 p.p.), mentre diminuisce la quota di utenti che assegna punteggi alti (voti 4–5 scendono dal 22% al 19%). La maggioranza assoluta resta su un giudizio intermedio (circa 61% con voto 3 nel 2025 vs 64% nel 2024).

Questo indica che nel 2025 una porzione maggiore di utenti percepisce **insufficiente la sicurezza di guida** rispetto all'anno precedente. Pur mantenendosi il giudizio medio attorno alla sufficienza (~3 su 5), cresce l'incidenza di esperienze di guida giudicate negative (es. frenate brusche, velocità eccessiva percepita).

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Richiamo immediato sulla sicurezza di guida:** organizzare sessioni brevi di sensibilizzazione per tutti gli autisti, ribadendo le linee guida per una guida prudente e confortevole (rispetto dei limiti, frenate gradualità, attenzione ai passeggeri in piedi). Contestualmente, comunicare all'utenza che AMTAB sta intervenendo sulla formazione del personale per aumentare la sicurezza — **Owner:** AMTAB Esercizio & Formazione — **KPI:** n. autisti partecipanti ai briefing (target 100%); reclami per guida brusca/maldestra (target riduzione entro 3 mesi).

– **180 giorni: Monitoraggio e incentivi alla guida sicura:** installare sistemi telematici sui mezzi per rilevare eventi di guida aggressiva (accelerate/frenate brusche) e fornire feedback periodico agli autisti. Introdurre un sistema di incentivi o riconoscimenti per gli autisti con zero incidenti/segnalazioni negative, stimolando un miglioramento continuo della condotta di guida — **Owner:** AMTAB Qualità & Risorse Umane — **KPI:** indice medio di guida sicura registrato dai sensori (miglioramento del punteggio); aumento % di utenti che valutano la guida "prudente" con 4-5 (target >25%).

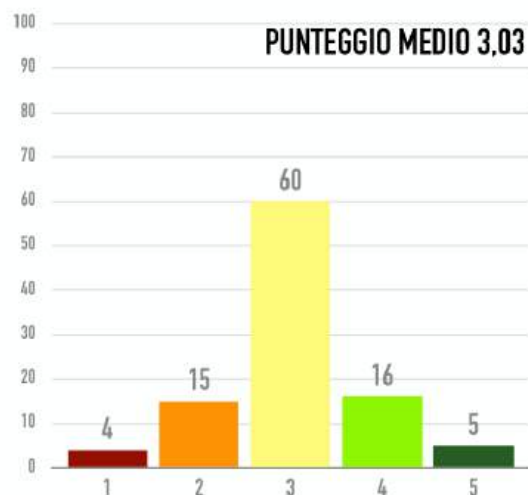
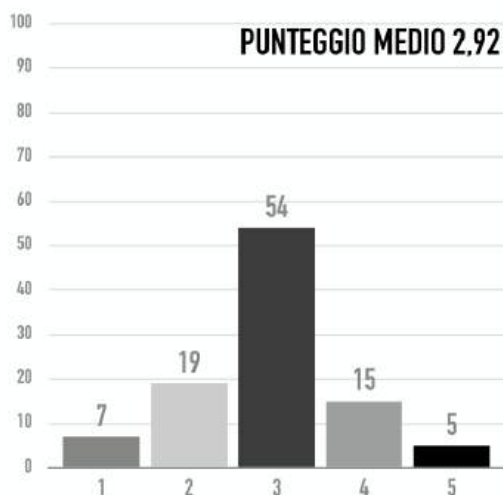
– **360 giorni: Sistemi avanzati di safety e cultura permanente:** equipaggiare i nuovi autobus con dispositivi di assistenza alla guida (avviso collisione, controllo elettronico stabilità) per prevenire manovre pericolose e avviare un aggiornamento annuale obbligatorio per tutti gli autisti su sicurezza stradale e customer care. L'obiettivo è ridurre drasticamente gli episodi di guida scorretta percepiti — **Owner:** AMTAB Direzione Operativa — **KPI:** numero di incidenti o quasi-incidenti segnalati (target riduzione significativa); punteggio medio "sicurezza di guida" nella prossima indagine (target >3,5).

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

SICUREZZA PERSONALE A BORDO DEGLI AUTOMEZZI (FURTI, MOLESTIE, ECC.)

Settembre - Dicembre 2024

Aprile - Giugno 2025



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



Ricerche di mercato, sondaggi
e sondaggi di opinione



CEUS s.r.l.



La **sicurezza personale a bordo** mostra segnali di miglioramento: la quota di utenti che si sente **insicura** diminuisce (voti 1-2 complessivi dal 26% al 19%), mentre aumenta il gruppo che dà un giudizio neutro (3) dal 54% al 60%. Le valutazioni positive restano stabili attorno al 21% (voti 4-5). Nonostante il lieve progresso (meno utenti che si sentono molto insicuri), solo circa 1 passeggero su 5 dichiara un livello di sicurezza elevato a bordo, evidenziando che **la percezione di sicurezza rimane problematica**. Molti passeggeri continuano a sentirsi solo moderatamente sicuri, richiedendo ulteriori interventi per aumentare la tranquillità a bordo.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Pattugliamento mirato e sensibilizzazione:** intensificare subito la presenza di personale di controllo o guardie giurate a bordo delle linee più critiche e negli orari serali, per dissuadere atti illeciti e rassicurare l'utenza. Avviare inoltre la campagna "Bus Sicuro" invitando i passeggeri a segnalare in tempo reale al numero dedicato eventuali episodi di furti/molestie — **Owner:** AMTAB Esercizio (Sicurezza) & Comune di Bari (Polizia Locale) — **KPI:** n. linee/orari coperti da vigilanza aggiuntiva; segnalazioni di episodi insicuri (target riduzione).

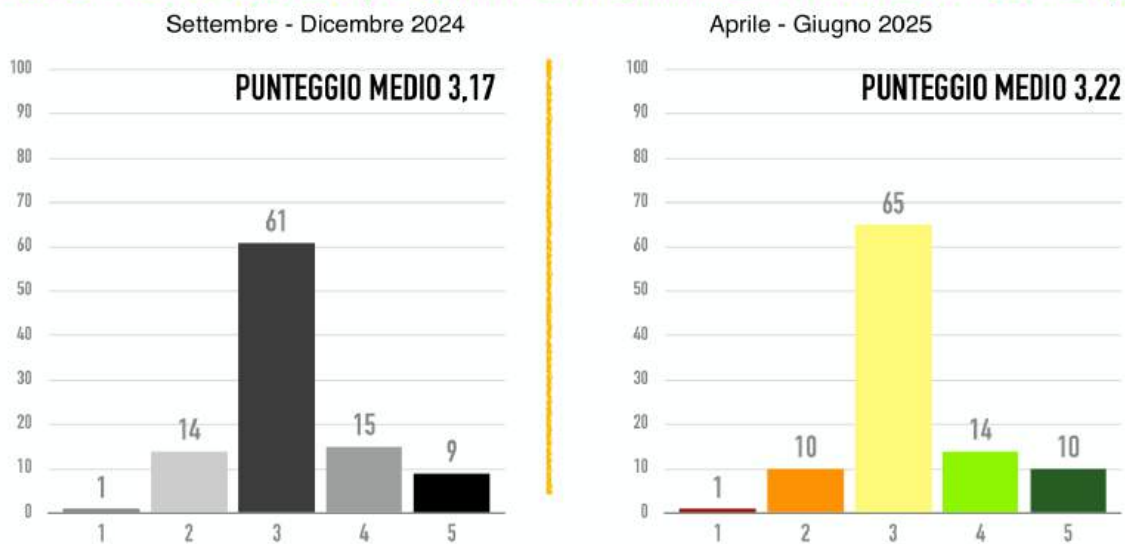
– **180 giorni: Programma strutturale di sicurezza a bordo:** installare telecamere di sorveglianza funzionanti su tutti i mezzi e istituire un nucleo dedicato di verificatori/vigilantes che effettuino controlli a campione continuativi, con formazione specifica su gestione di conflitti e situazioni di emergenza a bordo — **Owner:** AMTAB Direzione Operativa — **KPI:** % autobus dotati di

videosorveglianza attiva (target 100%); riduzione degli incidenti segnalati (furti, aggressioni) per milione di passeggeri trasportati.

– **360 giorni: Approccio integrato per la sicurezza:** in sinergia con il Comune e le forze dell'ordine, attuare un piano integrato che preveda maggiore illuminazione e telecamere nelle fermate a rischio, campagne di prevenzione (anti-molestie, anti-borseggio) rivolte all'utenza e un canale diretto di coordinamento tra autisti/AMTAB e forze dell'ordine per interventi immediati in caso di necessità — **Owner:** Comune di Bari (Sicurezza urbana) & AMTAB — **KPI:** quota di utenti che si sentono sicuri a bordo (voti 4-5, target >30%); diminuzione delle valutazioni negative di sicurezza sotto il 15%.

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA ACCESSIBILITÀ DEL SERVIZIO (NUMERO DI FERMATE, DISTANZA TRA UNA FERMATA E L'ALTRA)

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CUES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



29

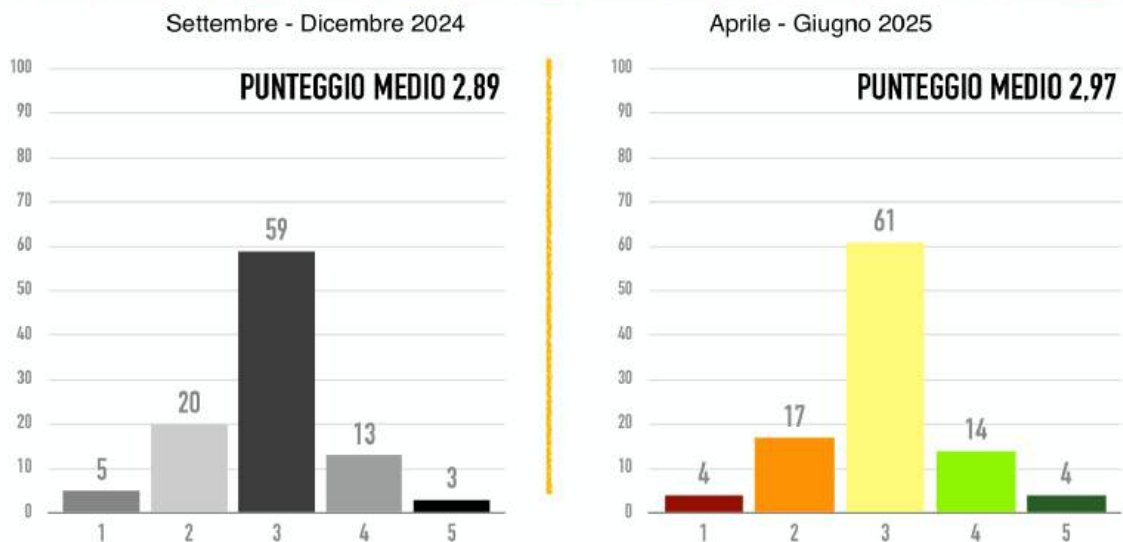
La percezione dell'**accessibilità del servizio** (capillarità e vicinanza delle fermate) è moderatamente migliorata: le valutazioni insufficienti diminuiscono (voto 2 dal 14% al 10%, e quasi nessuno dà 1 in entrambi gli anni), mentre cresce la quota di giudizi medi (3 dal 61% al 65%) e aumentano leggermente anche i giudizi positivi (voto 4 dal 15% al 14%, voto 5 dal 9% al 10%).

Quasi due terzi degli utenti (65%) rimangono però su un giudizio **neutro** riguardo alla distribuzione delle fermate: segno che per molti l'accessibilità è accettabile ma **non pienamente soddisfacente**. Solo il 10% circa valuta eccellente la copertura del TPL sul territorio (voto 5), evidenziando margini di ulteriore miglioramento.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Individuare e colmare i “buchi di rete”:** analizzare le segnalazioni dei cittadini sulle zone prive di fermate vicine e, dove possibile, installare tempestivamente fermate provvisorie aggiuntive o spostare leggermente i percorsi esistenti per servire aree scoperte (es. grandi complessi residenziali isolati) — **Owner:** AMTAB Pianificazione — **KPI:** numero di nuove fermate provvisorie attivate; riduzione dei reclami su distanze eccessive tra fermate in quartieri specifici.
- **180 giorni: Ottimizzazione della rete di fermate:** condurre uno studio completo sull’accessibilità territoriale (distanza media tra abitazioni e fermata) e rivedere i percorsi di alcune linee o istituire navette di quartiere per collegare le zone residenziali lontane dalle direttrici principali. Migliorare inoltre la segnaletica per rendere più visibili e riconoscibili le fermate esistenti — **Owner:** Comune di Bari (Mobilità) & AMTAB — **KPI:** % popolazione urbana con fermata TPL entro 5 minuti a piedi (target in aumento); punteggio medio “accessibilità” nella prossima indagine (target $\geq 3,5$).
- **360 giorni: Piano infrastrutturale per fermate e interscambi:** costruire nuove fermate attrezzate nelle aree di espansione urbana attualmente scoperte e potenziare i punti di interscambio (es. parcheggi di scambio con navette TPL) ai confini della città, così da estendere stabilmente il raggio d’azione del servizio — **Owner:** Comune di Bari (Opere Pubbliche) — **KPI:** numero di nuove fermate realizzate; ampliamento dell’area servita dal TPL (km^2 coperti, +%); diminuzione valutazioni 1–2 sull’accessibilità sotto il 10%.

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA
INFORMAZIONI GENERALI FORNITE ALLA CLIENTELA (ORARI, CARTINE, AVVISI, INTERNET, SPORTELLI)



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
 Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto

amtab 31

La soddisfazione per le **informazioni generali fornite alla clientela** (orari, cartine, avvisi su internet e sportelli) mostra un lieve miglioramento: cala la quota di giudizi negativi (voti 1–2 dal 25% al 21% complessivo) e aumentano sia le valutazioni intermedie (3 dal 59% al 61%) sia quelle positive (4–5 dal 16% al 18% totale).

Nonostante il progresso marginale, rimane limitata la percentuale di utenti pienamente soddisfatti delle informazioni (solo 4% di “5” nel 2025) e ancora circa 1 su 5 si dichiara insoddisfatto. Ciò evidenzia margini di miglioramento nella comunicazione: pur essendo leggermente migliorata, **l'informazione al pubblico** non è ancora percepita come pienamente efficace o capillare.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Aggiornamento immediato dei canali informativi:** verificare che tutti gli orari e le mappe alle fermate, sul sito web e sull'app siano aggiornati e corretti, correggendo discrepanze e rimuovendo informazioni obsolete. Migliorare la comunicazione tempestiva di variazioni di servizio (deviazioni, scioperi) tramite tutti i canali disponibili, inclusi avvisi cartacei ai capolinea — **Owner:** AMTAB Comunicazione — **KPI:** numero di segnalazioni di orari/cartine errati (target = 0); tempo medio di pubblicazione avvisi prima di modifiche di servizio (target >48h di preavviso).

– **180 giorni: Miglioramento strutturale dei sistemi informativi:** installare paline elettroniche alle fermate ad alto traffico con indicazione in tempo reale dei minuti di attesa, rinnovare il sito web e l'app AMTAB per renderli più intuitivi e multilingue, e formare il personale di front-office affinché fornisca informazioni corrette e uniformi all'utenza — **Owner:** AMTAB Sistemi Informativi & Relazioni Esterne — **KPI:** n. fermate dotate di display in tempo reale; punteggio medio soddisfazione “informazioni” nella prossima indagine (target $\geq 3,0$).

– **360 giorni: Digitalizzazione integrata dell'infomobilità:** sviluppare un sistema unico (es. piattaforma MaaS – Mobility as a Service) che integri pianificazione viaggio, orari e acquisto titoli via app, e collaborare con servizi terzi (Google Maps, app di journey planning) per diffondere capillarmente le informazioni del TPL. L'obiettivo è che ogni utente abbia facile accesso ai dati di servizio aggiornati — **Owner:** AMTAB Innovazione & Comune di Bari (Smart City) — **KPI:** utilizzo dei canali digitali (accessi all'app/sito, target +X%); diminuzione ulteriore delle valutazioni negative sulle informazioni generali (<15%).

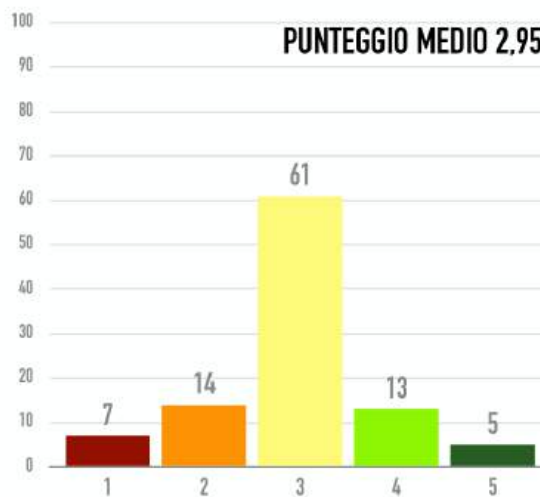
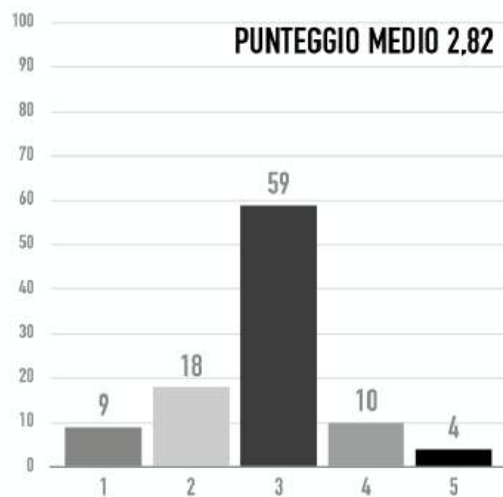
SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

INFORMAZIONI ALLE FERMATE SU ORARI E PERCORSI

Settembre - Dicembre 2024

Aprile - Giugno 2025



Ricerca di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CIES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



La chiarezza e disponibilità delle **informazioni alle fermate** (orari e indicazioni esposte) evidenzia un miglioramento nel 2025: la quota di giudizi negativi scende dal 27% al 21% (voti 1–2), mentre aumentano sia le valutazioni positive (4–5 complessivamente dal 14% al 18%) sia quelle neutrali (3 dal 59% al 61%).

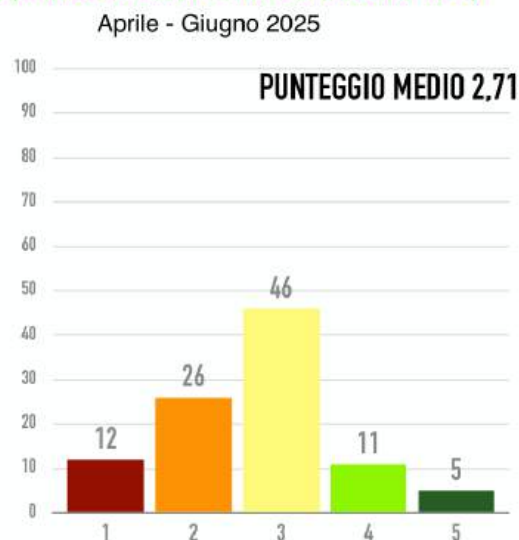
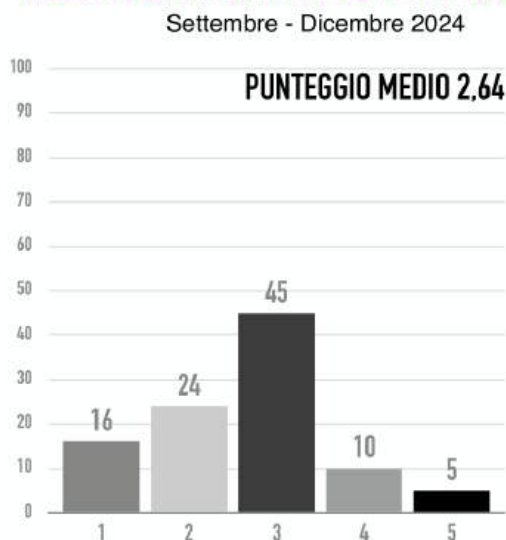
Nonostante l'aumento dei giudizi positivi, oltre **un utente su 5** trova ancora carenti le informazioni in fermata, segno che permangono problemi (es. orari mancanti o poco leggibili in alcune pensiline) che richiedono attenzione. Il fatto che solo il 5% dia un "5" indica che **pochissimi** ritengono eccellente l'informazione alle fermate, pur essendo diminuiti i giudizi pessimi.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Audit immediato delle pensiline:** ispezionare tutte le fermate per verificare la presenza e la leggibilità di orari e percorsi esposti, sostituendo i cartelli mancanti o deteriorati e aggiornando quelli non recenti. Inoltre, assicurare un'illuminazione adeguata delle bacheche nelle ore serali per renderne facile la consultazione — **Owner:** AMTAB Esercizio (Manutenzione Fermate) — **KPI:** % fermate con info aggiornate e leggibili (target 100%); n. segnalazioni di informazioni mancanti in fermata (target 0 entro 3 mesi).
- **180 giorni: Migliorare il design e la quantità di informazioni:** installare mappe della rete e schemi di linea sulle pensiline nei principali nodi di scambio, utilizzare caratteri più grandi e layout chiari per gli orari cartacei e aggiungere QR code/NFC ad ogni fermata, così che gli utenti possano ottenere sullo smartphone gli orari aggiornati in tempo reale — **Owner:** AMTAB Marketing & IT — **KPI:** n. fermate dotate di mappa e QR code (target +X); incremento quota utenti soddisfatti delle info in fermata (>25% voti 4-5).
- **360 giorni: Estensione dell'informazione in tempo reale alle fermate:** installare display elettronici con countdown in tempo reale in un numero crescente di fermate (non solo capolinea ma anche fermate intermedie trafficate) e prevedere annunci audio per ipovedenti. Integrare tali sistemi con la centrale operativa AMTAB per fornire aggiornamenti immediati su ritardi/deviazioni direttamente sulle paline elettroniche — **Owner:** Comune di Bari (Smart Mobility) & AMTAB — **KPI:** n. fermate con display elettronico attivo; riduzione delle valutazioni negative sulle informazioni alle fermate sotto il 15% nella prossima indagine.

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

ADEGUATEZZA/COMFORT DEI PUNTI DI FERMATA (PENSILINE, PANCHINE, MARCIAPIEDI)



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto

amtab 35

Il giudizio sull'**adeguatezza e comfort delle fermate** (presenza di pensiline, panchine, marciapiedi idonei) rimane prevalentemente negativo ma con segnali contrastanti. Nel 2025 diminuiscono i giudizi **molto negativi** (1) dal 16% al 12%, mentre aumentano leggermente i voti "2" (24%→26%) e "3" (45%→46%). I punteggi positivi restano minoritari e pressoché invariati (4 al 10→11%, 5 stabile al 5%). Quasi **4 utenti su 10** giudicano ancora inadeguati i punti di fermata (38% con voto 1–2 nel 2025 vs 40% nel 2024), evidenziando che la disponibilità di strutture confortevoli (ripari, sedute, marciapiedi ampi) è percepita come insufficiente da una larga parte dell'utenza. Solo il 16% dà un giudizio positivo (4–5), segno che la maggior parte ritiene le fermate semplicemente accettabili o carenti.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Interventi rapidi di manutenzione alle fermate:** riparare o sostituire panchine danneggiate, svuotare regolarmente i cestini e rimuovere eventuali ostacoli (erba alta, rifiuti) nelle aree di attesa. Verificare inoltre la pavimentazione dei marciapiedi in fermata, effettuando ripristini (asfaltatura, rampe) nei punti in cui l'accesso risulta disagiata — **Owner:** AMTAB Manutenzione & Comune di Bari (Lavori Pubblici) — **KPI:** numero di fermate critiche ripristinate entro 3 mesi; feedback positivi dai residenti sulle migliorie effettuate (raccolti via URP).

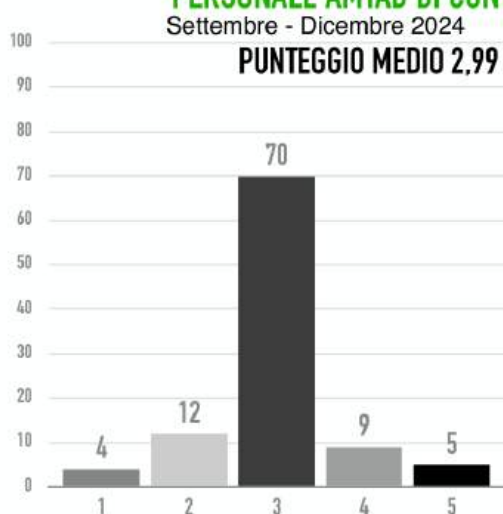
– **180 giorni: Upgrade delle fermate:** installare pensiline e sedute aggiuntive nelle fermate ad alto afflusso o situate in zone esposte (es. senza ombra/riparo), migliorare l'illuminazione notturna delle fermate e allargare o rendere più sicuri i marciapiedi di attesa dove risultano stretti. Collaborare con l'ufficio traffico per inserire attraversamenti pedonali sicuri in prossimità delle fermate più pericolose — **Owner:** Comune di Bari (Mobilità) & AMTAB — **KPI:** % fermate principali dotate di pensilina e panchina (target +XX%); punteggio medio comfort fermate nella prossima indagine (target $\geq 3,0$).

– **360 giorni: Riqualificazione diffusa dei punti di attesa:** lanciare un programma pluriennale di rinnovo delle fermate includendo nuove pensiline di design funzionale (con sedute ergonomiche, pannelli laterali frangivento), pavimentazioni rialzate e adattate a persone con disabilità, e arredo urbano (cestini, segnaletica) uniforme. Integrare tale piano nel PUMS cittadino per ottenere finanziamenti dedicati e assicurare che ogni quartiere abbia fermate confortevoli e accessibili — **Owner:** Comune di Bari (PUMS/Finanziamenti) — **KPI:** n. fermate riqualificate per anno; riduzione delle valutazioni 1–2 sull'adeguatezza delle fermate sotto il 30%.

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

COMPORTAMENTO (CORRETTEZZA, CORTESIA, PRESENTABILITÀ, PROFESSIONALITÀ) DEL PERSONALE AMTAB DI CONTATTO (BIGLIETTERIE, INFORMAZIONI)



Ricerche di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CEIS s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



La cortesia/professionalità del **personale di contatto** (operatori a sportello in biglietteria, uffici informazioni) viene percepita meglio nel 2025: i giudizi negativi diminuiscono (voti 1–2 dal 16% al

10% complessivo, -6 p.p.), mentre aumentano sia i giudizi positivi (4-5 insieme dal 14% al 17%) sia quelli neutri (3 dal 70% al 73%).

Nonostante il miglioramento, oltre 7 utenti su 10 continuano a esprimere un giudizio solo **neutro** sul personale front-line, indice che – pur essendo calate le esperienze negative – c’è ancora **ampio margine** per incrementare l’apprezzamento verso il personale di contatto. I “molto soddisfatti” rimangono esigui (6% con voto 5).

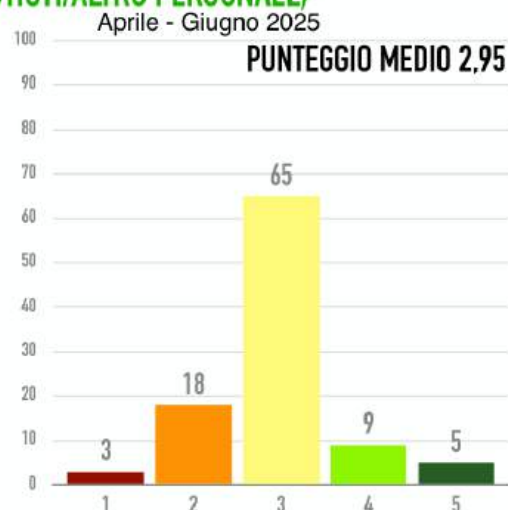
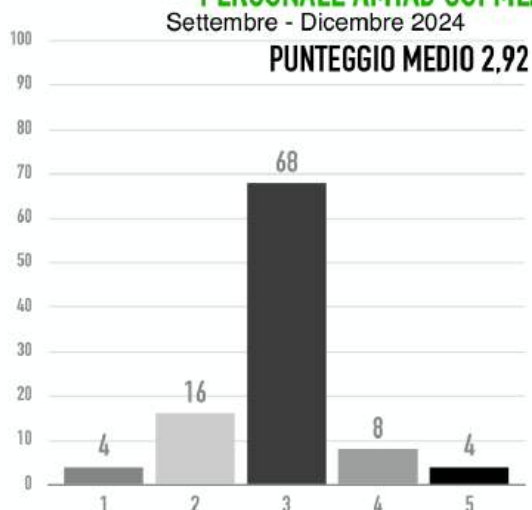
Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Ribadire gli standard di accoglienza:** diffondere immediatamente a tutto il personale di front-office un vademecum di cortesia (saluto, tono di voce cordiale, pazienza nelle spiegazioni) e predisporre la presenza di supervisor nelle principali biglietterie per osservare e correggere sul campo eventuali atteggiamenti non in linea — **Owner:** AMTAB Risorse Umane & Relazioni con l’utenza — **KPI:** reclami mensili relativi alla cortesia del personale (target riduzione >50%).

– **180 giorni: Formazione sul customer care:** organizzare sessioni obbligatorie di formazione per tutto il personale di contatto incentrate su cortesia, gestione dell’utente difficile e problem solving, con role play e simulazioni di situazioni tipiche allo sportello. Integrare obiettivi di qualità del servizio nelle valutazioni interne del personale (es. feedback utenza) — **Owner:** AMTAB Formazione — **KPI:** % personale front-line formato (target 100%); aumento delle valutazioni positive (4-5) sul personale di contatto (>20%).

– **360 giorni: Cultura del servizio:** introdurre un programma continuo di miglioramento (incontri periodici di condivisione feedback, premi annuali per il “miglior sportellista” in base ai giudizi utenti). Inoltre, mantenere uno standard di comunicazione uniforme predisponendo script e FAQ per le richieste più comuni, così che ogni operatore fornisca risposte coerenti e complete — **Owner:** AMTAB Direzione Risorse Umane — **KPI:** punteggio medio soddisfazione personale di contatto (target in crescita costante); numero di riconoscimenti assegnati al personale eccellente (target almeno 1/trimestre).

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA
COMPORAMENTO (CORRETTEZZA, CORTESIA, PRESENTABILITÀ, PROFESSIONALITÀ) DEL
PERSONALE AMTAB SUI MEZZI (AUTISTI/ALTRO PERSONALE)



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
 Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto



Ricerche di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CUES s.r.l.



Il giudizio sul comportamento del **personale a bordo (autisti)** rimane pressoché stabile: ~21% degli utenti ne dà un giudizio negativo (voti 1-2 nel 2025 vs ~20% nel 2024) e solo ~14% esprime un giudizio positivo (voti 4-5 leggermente in crescita dal 12% al 14%). La maggioranza continua a dare un voto neutro (65% con 3 nel 2025 vs 68% nel 2024).

I dati suggeriscono quindi **nessun miglioramento percepibile** nell'atteggiamento degli autisti tra 2024 e 2025: persistono un nucleo di esperienze negative pressoché invariato e un apprezzamento pienamente positivo ancora minoritario. Ciò indica l'opportunità di intervenire sulla formazione e la motivazione del personale di guida per migliorare l'interazione con l'utenza.

Raccomandazioni operative

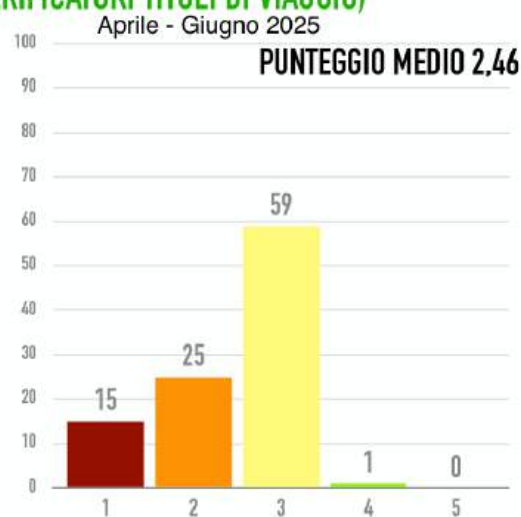
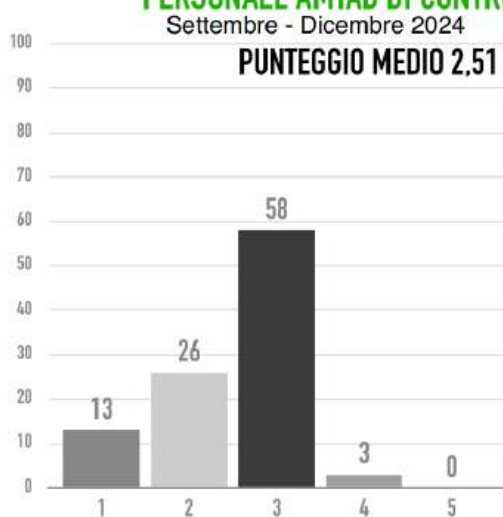
– **90 giorni: Ribadire le regole di condotta agli autisti:** inviare una circolare interna a tutti i conducenti con le linee guida su comportamento e cortesia (presentazione, assistenza a persone fragili, comportamento in caso di conflitti a bordo). I capiservizio dovranno effettuare osservazioni a campione sul campo per verificare il rispetto di tali standard ed eventualmente richiamare i singoli — **Owner:** AMTAB Direzione Esercizio — **KPI:** n. controlli qualitativi effettuati sul personale in servizio; reclami su scortesia autisti (target riduzione).

– **180 giorni: Formazione comportamentale per autisti:** inserire moduli specifici di customer care nel prossimo aggiornamento professionale annuale degli autisti, con simulazioni di interazione con l'utenza (anche in inglese per turisti) e gestione di situazioni conflittuali. Valutare anche incontri con rappresentanti dei pendolari per far capire direttamente al personale le aspettative dell'utenza — **Owner:** AMTAB Formazione — **KPI:** % autisti formati su customer care (>90%); punteggio medio "cortesia autisti" nella prossima indagine (target $\geq 3,0$).

– **360 giorni: Controllo qualità e incentivi:** introdurre un sistema di **mystery client** periodico sui mezzi per valutare in incognito l'approccio degli autisti e fornire feedback individuali riservati. Collegare una parte del premio di produttività o bonus annuale a indicatori di qualità del servizio (es. assenza di reclami, giudizi positivi degli utenti), così da motivare comportamenti virtuosi — **Owner:** AMTAB Qualità & HR — **KPI:** n. visite mystery client condotte (almeno 1 per autista/anno); riduzione % reclami per atteggiamento autisti e aumento % valutazioni 4-5 (>15%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA COMPORTAMENTO (CORRETTEZZA, CORTESIA, PRESENTABILITÀ, PROFESSIONALITÀ) DEL PERSONALE AMTAB DI CONTROLLO (VERIFICATORI TITOLI DI VIAGGIO)



Il giudizio sul **personale di controllo** (verificatori di titoli di viaggio) resta decisamente negativo: nel 2025 circa il 40% degli utenti dà un voto insufficiente (1-2, vs ~39% nel 2024). Addirittura, quasi nessuno assegna punteggi alti: i voti 4 scendono dal 3% all'1% e nessuno ha dato 5 in entrambi gli anni. Si nota anzi un lieve aumento dei giudizi peggiori (voto 1 dal 13% al 15%).

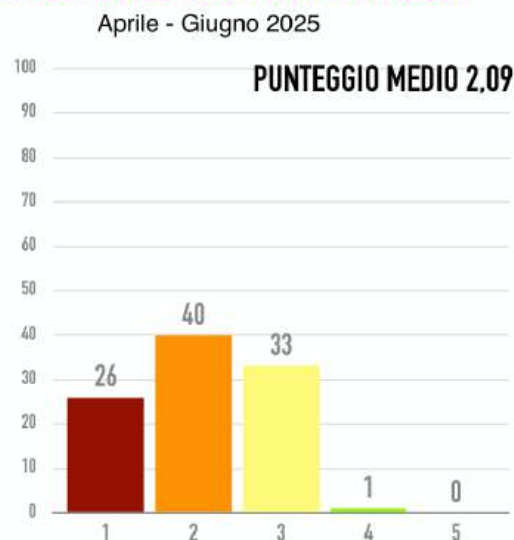
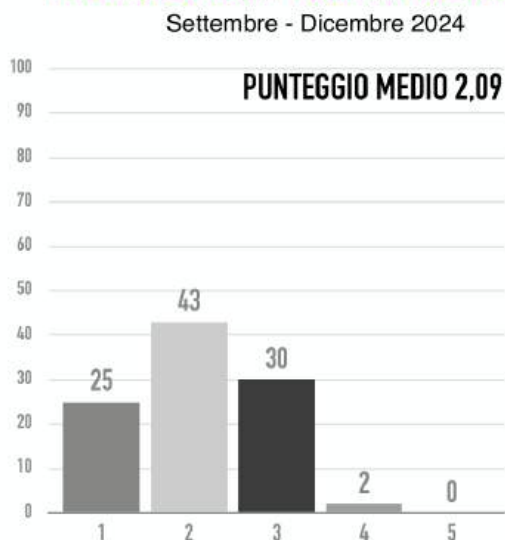
La stragrande maggioranza (59%) continua a esprimere un giudizio neutro (3), segno che molti utenti hanno interazioni limitate coi controllori. Tuttavia l'**assenza di valutazioni positive** e la persistenza di un 40% di valutazioni negative indica la necessità di migliorare l'approccio dei verificatori: sono percepiti perlopiù come elemento punitivo più che di assistenza al cliente.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Briefing urgente con i verificatori:** richiamare tutto il personale di controllo titoli a un approccio orientato all'utenza, ribadendo l'importanza di presentarsi con cortesia e rispetto (tono non aggressivo, spiegazione chiara delle motivazioni del controllo). Assegnare a ciascuna squadra un capoturno responsabile di monitorare in itinere gli atteggiamenti durante i controlli — **Owner:** AMTAB Direzione Esercizio — **KPI:** reclami per atteggiamento dei controllori (target riduzione immediata); esito osservazioni sul campo da parte dei capoturno (100% verificatori valutati entro 3 mesi).
- **180 giorni: Formazione dedicata ai controllori:** organizzare sessioni formative specifiche sulla gestione delle interazioni conflittuali e sulla comunicazione assertiva ma educata. Simulare scenari tipici (utente sprovvisto di biglietto, utente agitato) per addestrare i verificatori a mantenere la calma e l'empatia, pur svolgendo con fermezza il proprio compito — **Owner:** AMTAB Formazione — **KPI:** % controllori formati (target 100%); variazione nel punteggio medio percepito (target +0,2).
- **360 giorni: Trasparenza e controllo:** dotare i verificatori di **badge identificativo** visibile e valutare l'uso sperimentale di **body-cam** durante i controlli, sia per tutelare il personale sia per dissuadere comportamenti scorretti (da ambo le parti). Istituire inoltre un sistema di feedback post-controllo (es. QR code sul verbale per esprimere anonimamente un giudizio sull'operato del controllore) così da monitorare e intervenire puntualmente su eventuali abusi — **Owner:** AMTAB Direzione Operativa & Qualità — **KPI:** attuazione misure (badge, body-cam) completata (sì/no); tasso di feedback positivi sui controlli (target aumento progressivo, >10% entro un anno).

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

NUMERO DEI PUNTI VENDITA PER L'ACQUISTO DI BIGLIETTI E DOCUMENTI DI VIAGGIO



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto

amtab 43

Il giudizio sul **numero di punti vendita** per biglietti e abbonamenti rimane estremamente insufficiente: nel 2025 ben il 66% degli utenti dà voto 1-2 (vs ~68% nel 2024, lieve miglioramento). Continua a non registrarsi alcun giudizio di eccellenza (0% di "5" in entrambi gli anni) e solo l'1% assegna

Si nota un impercettibile progresso (voti "2" in calo dal 43% al 40%, e "3" in aumento dal 30% al 33%), ma sostanzialmente la grande maggioranza giudica ancora **insoddisfacente la rete di vendita** dei titoli di viaggio. Questo indica un bisogno urgente di ampliarla e renderla più capillare: l'assenza di punti vendita sufficienti resta evidente nella percezione degli utenti.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Espansione rapida dei rivenditori:** contattare edicole, tabaccherie e bar nelle zone sprovviste di punti vendita TPL per stipulare convenzioni entro poche settimane, così da aumentare subito la capillarità (es. almeno 1 nuovo rivenditore per quartiere periferico scoperto) — **Owner:** AMTAB Commerciale — **KPI:** numero di nuovi punti vendita attivati (target +10 entro 3 mesi); riduzione dei quartieri senza alcun punto vendita (target: 0).

– **180 giorni: Distributori automatici e canali digitali:** installare emettitrici automatiche di biglietti presso fermate ad alto transito (stazioni, ospedali, campus universitari) e promuovere attivamente l'utilizzo dell'app mobile per l'acquisto di biglietti/abbonamenti (es. campagna social, tutorial) così da offrire alternative alla rete fisica — **Owner:** AMTAB Bigliettazione & IT —

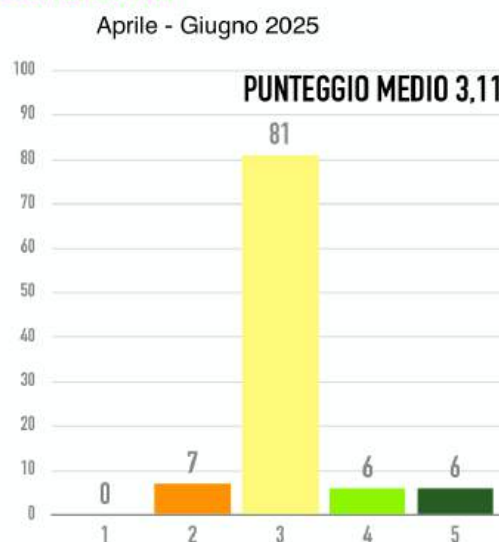
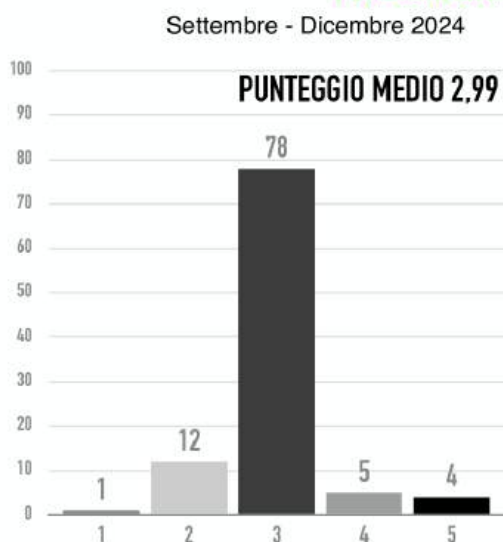
KPI: n. distributori automatici operativi; % titoli acquistati via app sul totale (target raddoppio in 6 mesi).

– **360 giorni: Riorganizzazione complessiva della rete vendita:** aprire eventualmente nuovi sportelli AMTAB decentrati (nei Municipi periferici) e implementare la comunicazione del sistema di smart card ricaricabile (già attivo in Amtab), ma possibilmente allargando la sua capillarità, per esempio, rendendolo disponibile anche presso reti terze (sportelli bancari, supermercati), per massimizzare i canali di distribuzione. Prevedere inoltre campagne periodiche “porta a porta” per informare i residenti dei nuovi punti vendita attivi nel loro quartiere — **Owner:** AMTAB Direzione Commerciale & Comune di Bari — **KPI:** punti vendita per km² (in aumento); % di utenti soddisfatti dei punti vendita (target >50% valutazioni 3–5, dall’attuale ~33%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

FUNZIONALITÀ DELLE OBLITERATRICI



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CLES

Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto

amteb 45

La **funzionalità delle obliterate** a bordo è valutata meglio nel 2025: le valutazioni di malfunzionamento diminuiscono (voti 1–2 complessivi dal 13% al 7%), mentre aumentano sia i giudizi neutri (3 dal 78% all’81%) sia quelli positivi (voti 4–5 insieme dal 9% al 12%). Praticamente scompaiono i casi di valutazione “1” (da 1% a 0%). Questo trend suggerisce un **miglioramento concreto** dell’affidabilità dei validatori elettronici nel 2025: la maggior parte degli utenti (oltre 4 su 5) continua a dare un giudizio medio (“funzionano abbastanza bene”), ma si è dimezzata la quota

di esperienze negative. Ciononostante rimane marginale la percentuale di chi li ritiene ottimali (solo 6% dà 5).

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Controllo straordinario e taratura:** far ispezionare tutti i validatori/obliteratrici dai tecnici, tarandoli e pulendo i lettori, e sostituire immediatamente gli apparecchi non riparabili. Garantire inoltre una scorta di parti di ricambio (sensori, stampanti) per evitare prolungati periodi di inattività in caso di guasto — **Owner:** AMTAB Officina Tecnica (Bigliettazione) — **KPI:** % obliteratrici funzionanti sulla flotta (target 100%); segnalazioni di obliteratrici guaste (target ridotte a zero nell’arco di 3 mesi).

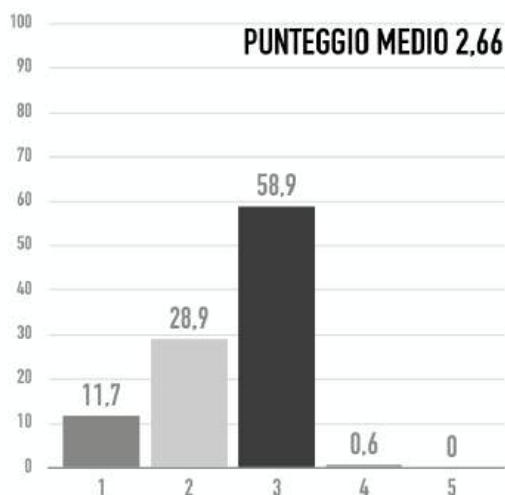
– **180 giorni: Aggiornamento tecnologico:** pianificare la sostituzione dei validatori più obsoleti con modelli di nuova generazione capaci di leggere anche smart card e QR code da smartphone. Formare gli autisti sulle procedure base di reset per risolvere piccoli blocchi durante il servizio. Parallelamente, intensificare i controlli periodici (es. ogni 15 giorni) sul funzionamento delle obliteratrici — **Owner:** AMTAB Sistemi di Bigliettazione — **KPI:** età media apparecchi validazione (anni, in diminuzione); numero medio di guasti obliteratrici/mese (target –50%).

– **360 giorni: Integrazione nel sistema smart ticketing:** implementare un sistema di **bigliettazione elettronica integrata** in cui le obliteratrici fungano anche da terminali contactless per carte bancarie e da dispositivi di conteggio passeggeri. Collegarle in rete per monitorarne da remoto lo stato e intervenire immediatamente in caso di malfunzionamento. L’obiettivo è rendere la validazione a bordo totalmente affidabile e al passo coi tempi — **Owner:** AMTAB Innovazione & IT — **KPI:** numero di transazioni digitali registrate a bordo (in crescita); valutazioni positive sulle obliteratrici (>15% 4–5 nella prossima indagine).

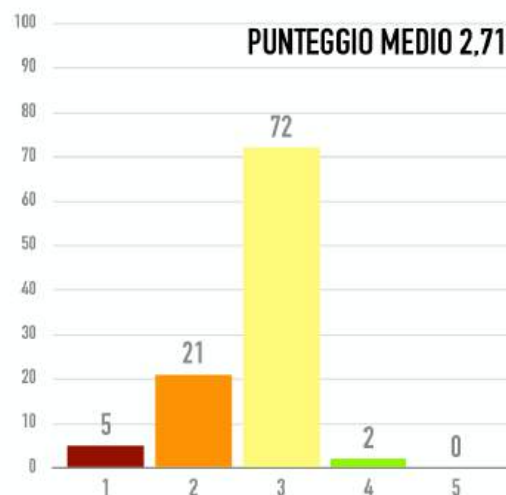
ESPRIMA UN GIUDIZIO RISPETTO AI SEGUENTI ASPETTI DEL SERVIZIO DI MOBILITÀ URBANA

LIVELLO DI SERVIZIO PER VIAGGIATORI DIVERSAMENTE ABILI

Settembre - Dicembre 2024



Aprile - Giugno 2025



Valori % espressi sul totale dei rispondenti.
Valutazioni esprimibili da 1 a 5, dove 1=per nulla soddisfatto e 5=pienamente soddisfatto

amtab 47

Il servizio per utenti diversamente abili mostra un netto miglioramento percepito: le valutazioni negative crollano (voto 1 dall'11,7% al 5%; voto 2 dal 28,9% al 21%), mentre sale drasticamente la quota di giudizi "sufficienti" (3) dal 58,9% al 72%. Crescono leggermente anche i giudizi buoni (voto 4 dallo 0,6% al 2%). Nessun utente assegna ancora il punteggio massimo 5 in entrambi gli anni.

Pur in assenza di giudizi eccellenti, nel 2025 oltre **7 utenti disabili su 10** ritengono il servizio almeno adeguato (voto ≥ 3), rispetto a meno di 6 su 10 nel 2024. Questo indica un **passo avanti nell'accessibilità percepita** – ad esempio grazie a più mezzi attrezzati o pedane funzionanti – anche se circa 1 su 4 continua a valutarlo insufficiente, evidenziando la necessità di ulteriori miglioramenti.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Verifica immediata delle attrezzature disabili:** controllare su tutti i bus lo stato delle pedane elevatrici, dei sistemi di ancoraggio per carrozzine e dei segnali audiovisivi, riparando al volo le attrezzature non funzionanti. Ricordare a tutti gli autisti le procedure corrette per l'uso della pedana e l'assistenza in salita/discesa, così che nessun utente disabile trovi ostacoli nell'accesso al bus — **Owner:** AMTAB Manutenzione & Esercizio — **KPI:** % autobus con pedana funzionante (target 100%); segnalazioni di malfunzionamenti pedane (target zero dopo intervento).

– **180 giorni: Potenziamento strutturale dell'accessibilità:** destinare progressivamente autobus a pianale ribassato sulle linee non ancora coperte da mezzi accessibili, aumentare il numero di veicoli dotati di sistema “kneeling” (abbassamento) per facilitare la salita e valutare l'attivazione di un servizio a chiamata dedicato per persone con disabilità nelle zone periferiche non servite — **Owner:** AMTAB Pianificazione — **KPI:** % linee servite esclusivamente da mezzi accessibili (target 100%); numero di corse a chiamata per utenti disabili effettuate (se attivato nuovo servizio).

– **360 giorni: Integrazione dell'accessibilità nel servizio:** acquistare nuovi autobus con standard di accessibilità elevati (rampe automatiche affidabili, spazio maggiore per sedie a rotelle, pulsanti a portata, annunci audio per fermate), e istituire un tavolo permanente con le associazioni di persone disabili per monitorare l'efficacia delle misure e raccogliere suggerimenti. L'obiettivo è raggiungere la piena accessibilità universale del TPL — **Owner:** Comune di Bari (Politiche Sociali) & AMTAB — **KPI:** n. nuovi bus accessibili introdotti; riduzione delle valutazioni negative sul servizio disabili sotto il 20% nella prossima indagine.

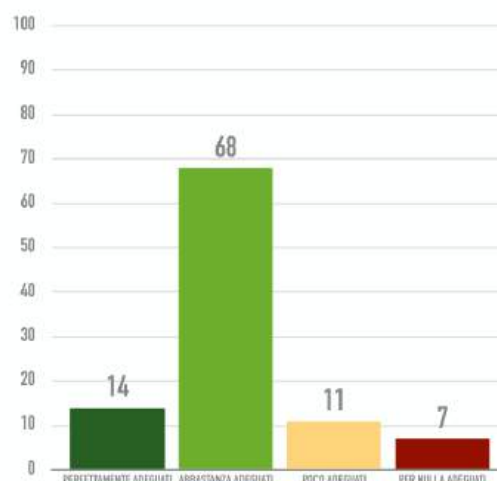
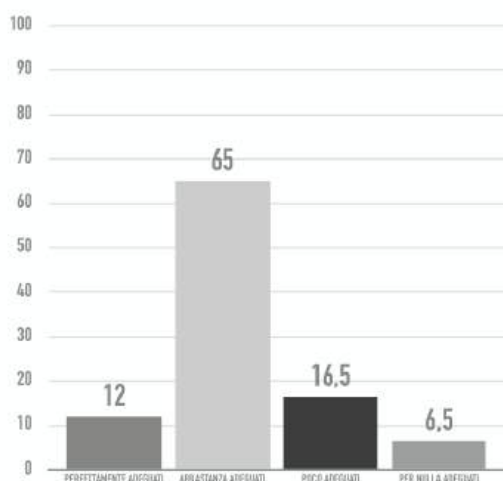
SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ESPRIMA UN GIUDIZIO SUGLI ORARI DELL'AMTAB IN FUNZIONE DELLE COINCIDENZE CON ALTRI SERVIZI DI TRASPORTO (INTEGRAZIONE MODALE)

CON AUTO PROPRIA (PARK & RIDE)

Settembre - Dicembre 2024

Aprile - Giugno 2025



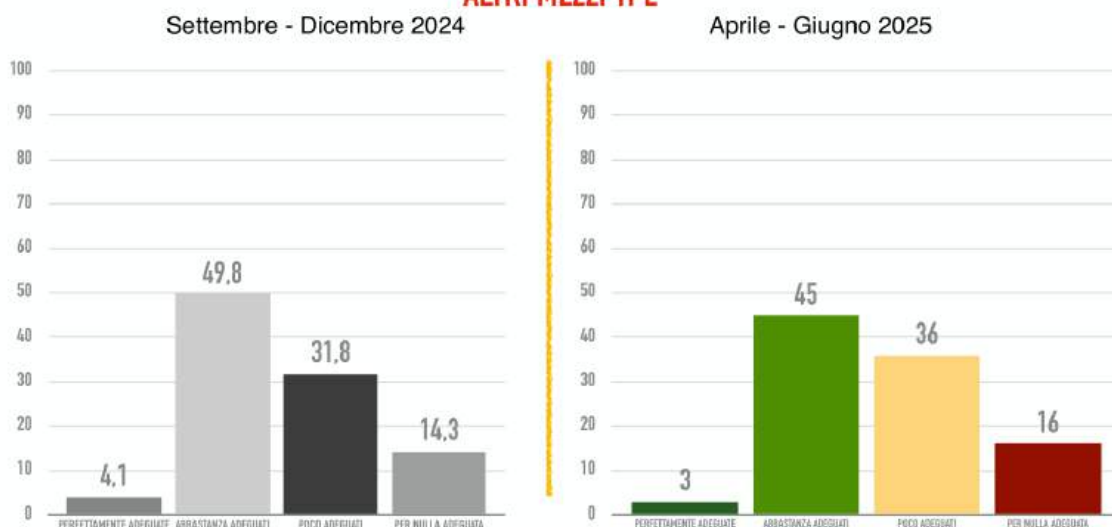
La percezione di adeguatezza del servizio migliora sensibilmente: la quota di residenti che giudica il TPL **“perfettamente” o “abbastanza adeguato”** passa dal 77% nel 2024 all’82% nel 2025 (+5 p.p.). In particolare, calano i giudizi di lieve insufficienza (**“poco adeguato”** dal 16,5% all’11%, – 5,5 p.p.), mentre rimane pressoché stabile la già bassa quota di valutazioni **“per nulla adeguato”** (7% nel 2025 vs 6,5% nel 2024). Oltre 4 utenti su 5 esprimono quindi un giudizio positivo sull’adeguatezza del TPL nella propria zona, un dato in ulteriore crescita. Il leggero aumento dei “perfettamente adeguato” (dal 12% al 14%) indica anche qualche rispondente in più completamente soddisfatto. Complessivamente, il **miglioramento percepito** in queste aree suggerisce che gli investimenti fatti nei quartieri centrali/ben serviti stanno dando frutti.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Salvaguardare gli standard nei quartieri virtuosi:** monitorare attentamente le linee portanti che servono queste zone (frequenza, puntualità, carico) e intervenire tempestivamente in caso di cali di performance, per evitare che quartieri oggi soddisfatti subiscano disservizi. Ad esempio, predisporre bus di scorta in caso di guasto su linee principali e mantenere alta la pulizia di fermate nodali — **Owner:** AMTAB Esercizio — **KPI:** regolarità corse linee principali (target $\geq 98\%$ corse effettuate); mantenimento del tasso di adeguatezza percepita $\geq 82\%$.
- **180 giorni: Ulteriori migliorie mirate:** introdurre eventuali servizi aggiuntivi a valore aggiunto nei quartieri meglio serviti per consolidare la soddisfazione (es. aumento corse serali nel weekend su linee di quartiere ad alta domanda, attivazione Wi-Fi gratuito a bordo sulle linee principali). Ciò trasformerebbe queste aree in **progetti pilota** di eccellenza, fungendo da modello per il resto della città — **Owner:** AMTAB Pianificazione & Innovazione — **KPI:** iniziative pilota lanciate (sì/no); punteggio di adeguatezza quartieri migliori nella prossima indagine (target ulteriore +2 p.p.).
- **360 giorni: Mantenere prioritarie le direttrici principali:** assicurare che nei piani di investimento futuri (acquisto nuovi bus, attivazione corsie preferenziali, info in tempo reale) i quartieri oggi ben serviti continuino a essere coperti con standard elevati, consolidando la fiducia di questa utenza. Ad esempio, destinare parte dei nuovi autobus proprio alle linee di queste zone e includerle tra le prime in eventuali progetti BRT — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Direzione — **KPI:** quota investimenti dedicati a linee/zone ad alta soddisfazione (target proporzionale utenza); conferma di un tasso di adeguatezza $\geq 80\%$ anche nelle prossime rilevazioni.

ESPRIMA UN GIUDIZIO SUGLI ORARI DELL'AMTAB IN FUNZIONE DELLE COINCIDENZE CON ALTRI SERVIZI DI TRASPORTO (INTEGRAZIONE MODALE)

ALTRI MEZZI TPL



Ricerche di mercato, sondaggi e sondaggi di opinione



CUES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



La percezione di adeguatezza del servizio TPL (diverso dal park & ride) peggiora nel 2025: la quota di residenti che giudica il TPL **adeguato** (sommando “perfettamente” + “abbastanza”) scende dal ~54% al 48% (–6 p.p.). In particolare, calano sia i “perfettamente adeguato” (4,1%→3%, –1,1 p.p.) sia gli “abbastanza adeguato” (49,8%→45%, –4,8 p.p.).

Contestualmente, aumentano i giudizi **insufficienti**: la quota di utenti che ritiene il servizio “**poco adeguato**” sale dal 31,8% al 36% (+4,2 p.p.), e cresce anche quella dei “**per nulla adeguato**” (14,3%→16%, +1,7 p.p.). Complessivamente oltre la metà degli intervistati (52%) considera nel 2025 il servizio inadeguato, contro il 46% circa dell’anno precedente. Questo evidenzia un **peggioramento percepito** della copertura TPL.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Azioni tampone nelle periferie**: attivare subito servizi aggiuntivi temporanei in almeno 1–2 quartieri periferici critici (es. navette integrative verso i nodi di scambio principali, più corse nelle ore di punta scolastica) per dare un segnale immediato ai residenti che il potenziamento del TPL nelle periferie è una priorità — **Owner**: AMTAB Esercizio — **KPI**: numero di servizi straordinari attivati nei quartieri periferici; riscontri degli utenti (es. feedback raccolti in loco) sull’efficacia di tali servizi.

– **180 giorni: Riequilibrio dell’offerta verso le periferie:** ridefinire la rete introducendo nuove linee periferiche o prolungando linee esistenti in quartieri attualmente scoperti. Aumentare la frequenza sulle linee periferiche a bassa frequenza (anche riallocando risorse da linee centrali ridondanti) e migliorare l’integrazione con i servizi urbani principali (orari coordinati con coincidenze) — **Owner:** AMTAB Pianificazione & Comune di Bari — **KPI:** quartieri periferici serviti da nuove linee (n. quartieri coperti, target +X); aumento quota di utenti periferici che valutano il TPL adeguato (>50%).

– **360 giorni: Piano strutturale per le periferie:** prevedere nel budget annuale investimenti dedicati al TPL periferico (es. acquisto minibus per linee di quartiere a domanda debole, servizi a chiamata per zone sparse, installazione di pensiline nelle fermate periferiche). Monitorare trimestralmente l’andamento della soddisfazione in queste aree e, se necessario, continuare ad adattare l’offerta. L’obiettivo è riportare la percezione di adeguatezza almeno ai livelli 2024 — **Owner:** Comune di Bari (TPL) & AMTAB — **KPI:** risorse investite nelle periferie (€/anno, in aumento); riduzione della quota di “inadeguato” nelle periferie sotto il 50% nella prossima indagine.

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

SAREBBE DISPONIBILE AD ACCETTARE UN CAMBIO DI MEZZI A FRONTE DI UN SERVIZIO CHE GARANTISCA MAGGIORE FREQUENZA E TEMPI DI PERCORRENZA PIÙ BREVI?

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CIES S.p.A.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



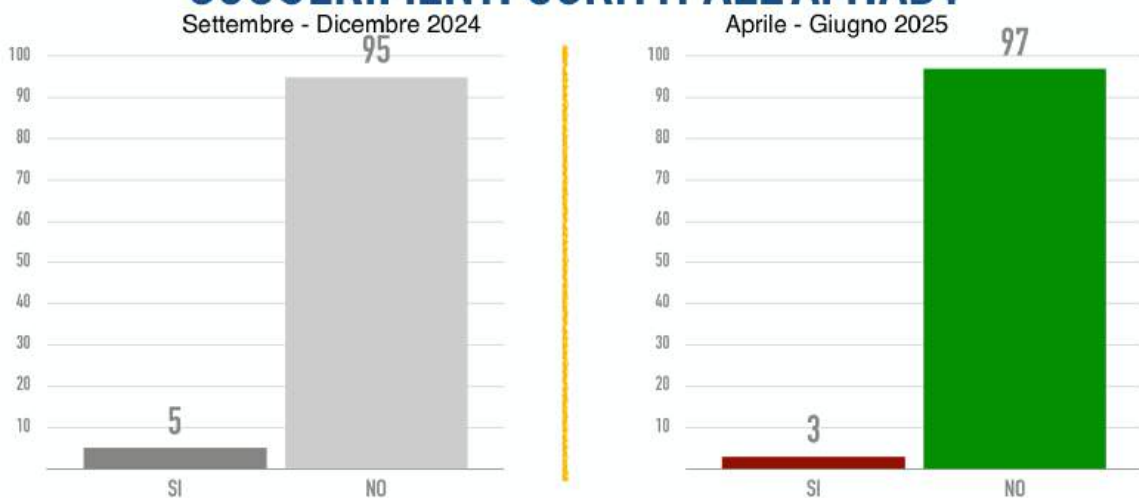
Alla domanda di giudizio complessivo (es. adeguatezza generale del TPL), si osserva un marcato spostamento verso risposte **positive** nel 2025: la percentuale di “**Si**” sale dal 55% al 62% (+7 p.p.),

mentre calano sia i “No” (dal 32% al 28%, –4 p.p.) sia gli “Non saprei” (dal 13% al 10%, –3 p.p.). Ciò indica un **aumento della fiducia complessiva** nel servizio TPL: nel 2025 quasi due terzi degli utenti esprimono un giudizio favorevole, in crescita rispetto a poco più della metà nel 2024. Diminuisce parallelamente la quota di contrari e indecisi, segno che le azioni intraprese hanno convinto una parte di utenti e ridotto l’incertezza sul giudizio globale.

Raccomandazioni operative

- **90 giorni: Capitalizzare sul consenso crescente:** comunicare ai cittadini i miglioramenti realizzati che hanno contribuito ad aumentare i giudizi positivi (es. “+7% di utenti considera il TPL adeguato rispetto a 6 mesi fa grazie alle azioni X, Y, Z”) per rafforzare la fiducia. Incoraggiare gli utenti soddisfatti a testimoniare la propria esperienza (es. interviste video brevi sui social) — **Owner:** AMTAB Comunicazione — **KPI:** numero di contenuti/testimonianze positive diffusi; engagement (like, share) delle campagne social relative.
- **180 giorni: Coinvolgere gli utenti soddisfatti come ambascador:** lanciare un programma “Porta un amico in bus” offrendo incentivi (es. un mese di abbonamento gratuito) agli utenti che convincono altre persone a utilizzare il TPL. Contestualmente, organizzare focus group con gli utenti favorevoli per identificare ulteriori miglioramenti che possano far crescere ancora la base dei soddisfatti — **Owner:** AMTAB Marketing — **KPI:** nuovi abbonati acquisiti tramite referral (n. assoluto); variazione % di utenti “Sì” nelle successive rilevazioni (target >70%).
- **360 giorni: Consolidare ed espandere il consenso:** proseguire con il piano di miglioramenti strutturali (come dettagliato in altre sezioni: nuovi bus, più corse, migliore informazione) affinché il trend positivo continui. Stabilire un obiettivo ufficiale di soddisfazione globale (es. 75% di giudizi positivi entro un anno) e rendicontare pubblicamente i progressi ogni trimestre, dimostrando trasparenza e impegno — **Owner:** AMTAB Top Management & Comune di Bari — **KPI:** raggiungimento dell’obiettivo di soddisfazione globale (sì/no); quota di “No” ulteriormente ridotta (target <20%) nella prossima indagine.

HA GIÀ AVUTO MODO DI PRESENTARE RECLAMI O SUGGERIMENTI SCRITTI ALL'AMTAB?

Ricerche di mercato, sondaggi
e sondaggi di opinione

CEN S.p.A.

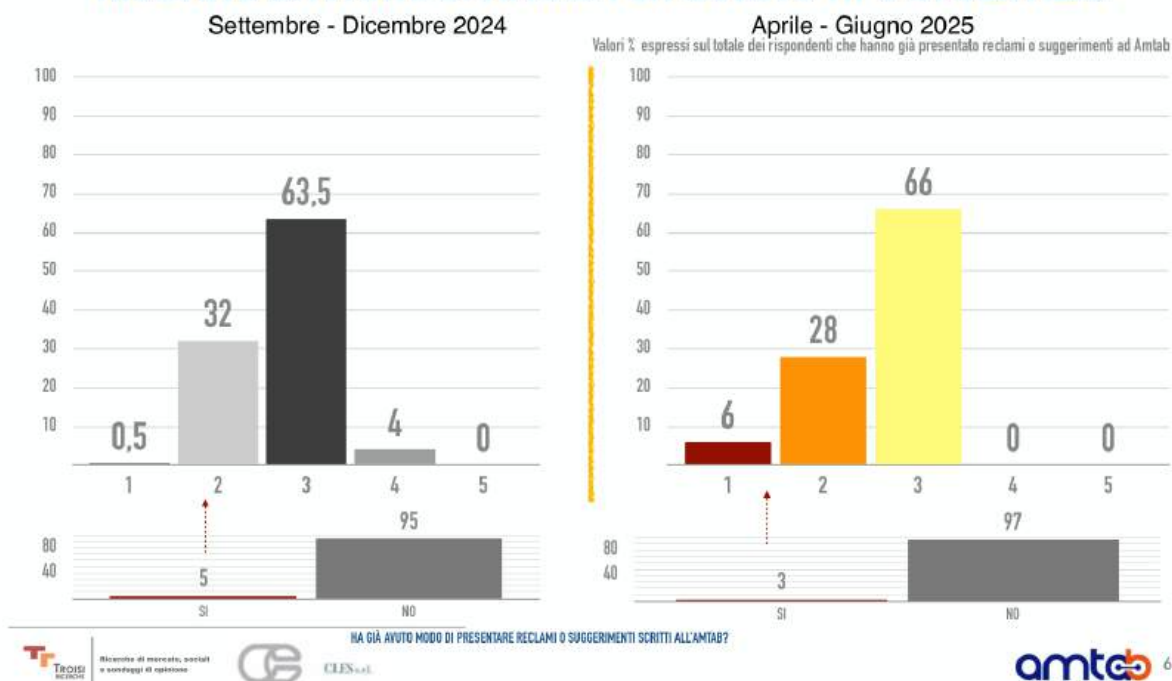
Valori % espressi sul totale dei rispondenti



Alla domanda relativa all'utilizzo del servizio reclami, la stragrande maggioranza di risposte rimane **"No"** ed è anzi in lieve aumento: i **"No"** passano dal 95% al 97% (+2 p.p.), mentre i **"Sì"** calano dal 5% al 3% (-2 p.p.).

Questo indica che l'uso (o la conoscenza) del servizio in oggetto è rimasto **molto basso** e addirittura si è leggermente ridotto nel 2025. Pochissimi utenti lo utilizzano, segno che probabilmente il servizio non è abbastanza pubblicizzato, non è considerato utile.

QUAL È IL SUO GRADO DI SODDISFAZIONE IN MERITO AL RISCONTRO RICEVUTO DA PARTE DI AMTAB PER QUESTO TIPO DI SERVIZIO



I dati mostrano uno **spostamento verso gli estremi negativi**: nel 2025 compaiono un 6% di valutazioni “1” (estremamente negative, praticamente assenti nel 2024 quando erano 0,5%) e si azzerano i giudizi “4” (dal 4% a 0%). La maggioranza rimane concentrata sul valore “3” (dal 63,5% al 66%, +2,5 p.p.), mentre le valutazioni “2” calano leggermente (32%→28%). Nessun intervistato assegna “5” in entrambi gli anni. Questo profilo indica un **inasprimento** di alcune opinioni: qualche utente in più è passato da un giudizio neutro (3) a uno totalmente negativo (1), e al contempo chi esprimeva un giudizio quasi positivo (4) è scomparso. Il quadro generale resta dominato dalla neutralità (~2/3 delle risposte sono 3) e dalla moderata insoddisfazione (circa 34% somma di 1-2 nel 2025), denotando che il grado di soddisfazione relativo al riscontro ricevuto da parte di Amtab non ha visto miglioramenti percepiti e anzi polarizza leggermente più utenti verso l’insoddisfazione.

Raccomandazioni operative

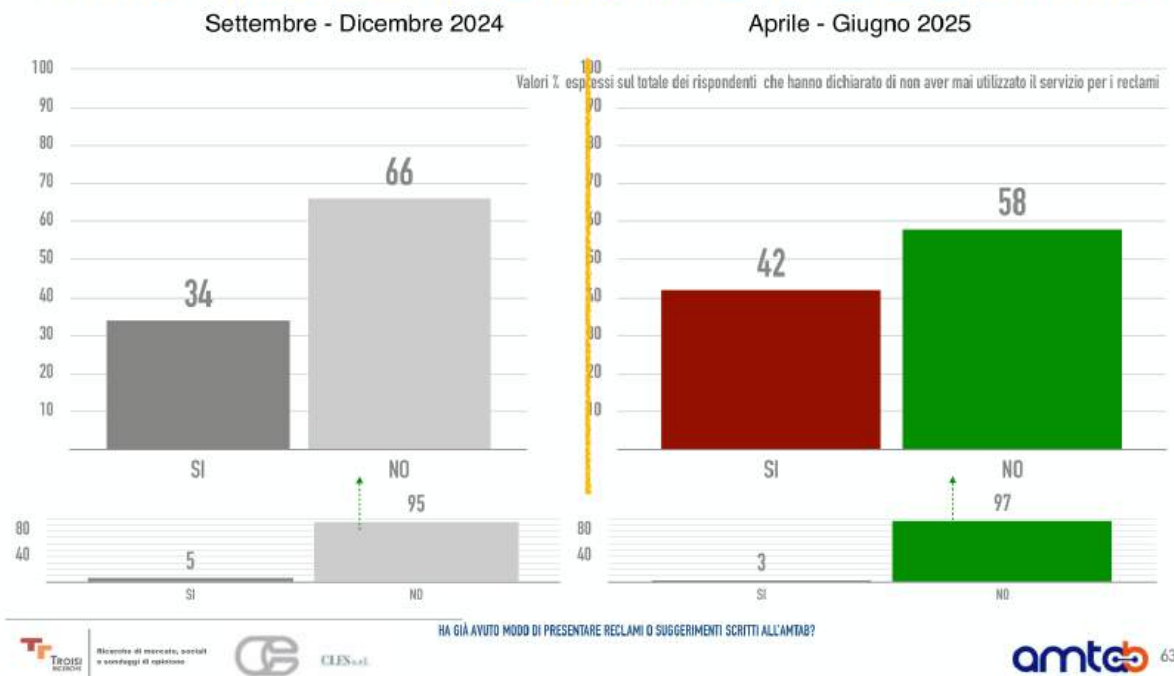
- **90 giorni: Indagare le cause dei giudizi estremi**: analizzare i feedback qualitativi (commenti liberi, segnalazioni al call center) per identificare cosa abbia spinto un 6% di utenti a dare il voto peggiore. Se emergono episodi specifici (es. disservizi gravi, incomprensioni comunicative), affrontarli immediatamente con provvedimenti correttivi o chiarimenti pubblici — **Owner**: AMTAB Qualità & URP — **KPI**: rapporto di analisi delle cause completato entro 2 mesi; azioni immediate intraprese (sì/no) per ciascuna causa individuata.
- **180 giorni: Riformulare l’approccio sull’aspetto “X”**: in base alle criticità emerse,

implementare modifiche strutturali. Ad esempio, se il giudizio riguarda il rapporto qualità/prezzo del servizio, valutare aggiustamenti tariffari o miglioramenti di qualità percepibile per giustificare il prezzo attuale. Se riguarda la comunicazione aziendale, attuare un piano di rilancio dell'immagine (newsletter periodiche, incontri pubblici) per riconquistare la fiducia — **Owner:** AMTAB Direzione (ambito specifico dipendente dalla causa) — **KPI:** miglioramento del sentiment rilevato in sondaggi mirati (+X% valutazioni positive); riduzione dei voti “1” sotto il 3% nella prossima indagine.

– **360 giorni: Monitoraggio e aggiustamento continuo:** istituire un monitoraggio trimestrale di questo indicatore specifico (attraverso mini-survey dedicate a campione) per valutare l'impatto delle azioni intraprese. Se il miglioramento non fosse significativo, considerare di coinvolgere un consulente esterno esperto in customer experience per ridefinire radicalmente l'approccio su questo tema. L'obiettivo è far riemergere valutazioni positive (almeno 5% di 4–5) ed eliminare gli estremi negativi entro un anno — **Owner:** AMTAB Direzione Qualità — **KPI:** presenza di valutazioni 4–5 nella prossima indagine (target >5%); riduzione voti “1” a valori trascurabili (target <1%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

ANCHE SE NON HA MAI PRESENTATO RECLAMI/SUGGERIMENTI SCRITTI, CONOSCE IL PROCEDIMENTO PER POTERLI EFFETTUARE?

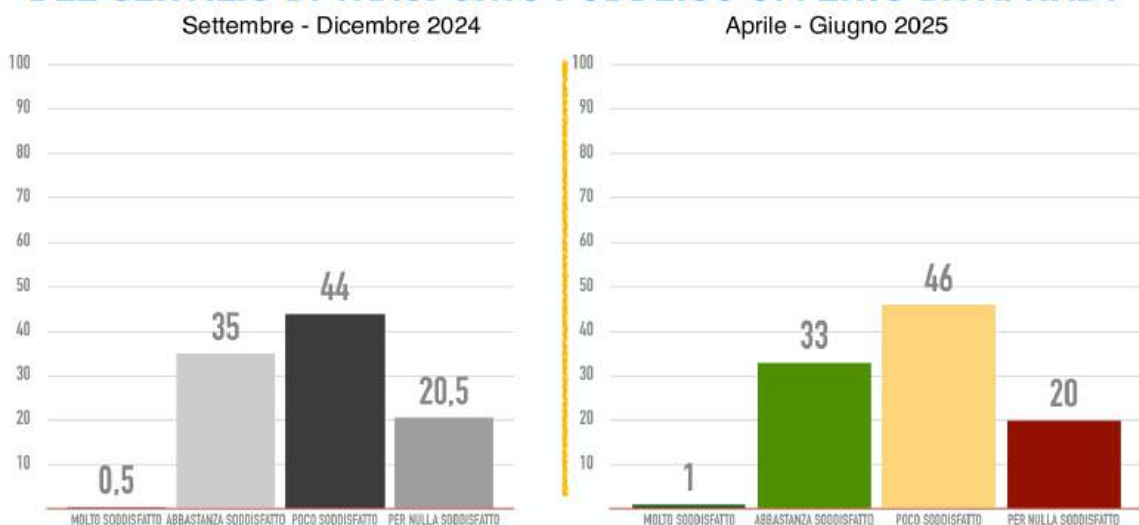


Si rileva un chiaro aumento del supporto: i “Si” salgono dal 34% al 42% (+8 p.p.), mentre i “No” calano dal 66% al 58% (–8 p.p.). Nel 2025 quindi aumentano le persone che conoscono le modalità per segnalare reclami/suggerimenti a circa 4 utenti su 10 (era circa 1/3 nel 2024).

– Questo spostamento è aumentato probabilmente grazie a maggior informazione e/o a maggiore comunicazione. Pur restando i “No” prevalenti (58%), il gap si riduce.

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

COMPLESSIVAMENTE, IN CHE MISURA SI RITIENE SODDISFATTO DEL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO OFFERTO DA AMTAB?



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CIES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



La **soddisfazione complessiva** rimane bassa e si deteriora leggermente: la percentuale di utenti soddisfatti (somma di “molto” + “abbastanza soddisfatto”) scende dal 35,5% al 34% (–1,5 p.p.), mentre aumenta quella degli insoddisfatti (“poco” + “per nulla soddisfatto”) dal 64,5% al 66% (+1,5 p.p.). In particolare diminuiscono gli “abbastanza soddisfatti” (35%→33%) a fronte di un incremento dei “poco soddisfatti” (44%→46%). I “molto soddisfatti” rimangono rarissimi (0,5%→1%).

In sintesi circa **due terzi degli utenti** si dichiarano insoddisfatti del TPL barese, proporzione leggermente peggiore del 2024. Ciò evidenzia che i lievi miglioramenti registrati su singoli aspetti non sono ancora riusciti a innalzare la soddisfazione generale. Il giudizio complessivo sul servizio resta dunque ampiamente negativo e costituisce un **campanello d'allarme** sulla necessità di interventi più incisivi.

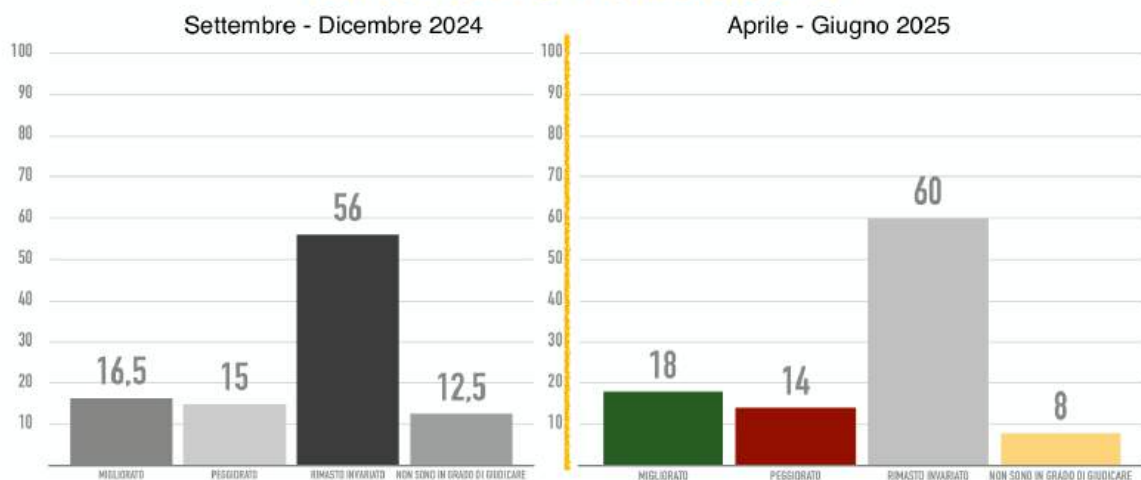
Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Mostrare reattività sulle criticità principali:** dare immediata visibilità al piano di azioni correttive in corso (pulizia mezzi/pensiline intensificata, controlli puntualità, miglioramenti informazione – come dettagliato nelle slide precedenti) per comunicare agli utenti che AMTAB sta intervenendo concretamente dove il servizio è carente. Contestualmente attivare un canale di ascolto diretto (es. assemblee pubbliche nei quartieri o sportello online) per raccogliere ulteriori segnalazioni e dimostrare apertura al dialogo — **Owner:** AMTAB Comunicazione & URP — **KPI:** numero di incontri/ascolti pubblici realizzati; copertura mediatica positiva delle azioni (es. articoli sui miglioramenti attuati).

– **180 giorni: Attuare gli interventi strutturali chiave:** dare priorità assoluta all’esecuzione dei miglioramenti di medio termine pianificati (aumento flotta, nuove corse, biglietterie automatiche, formazione personale, etc.), in modo da produrre un salto di qualità percepibile entro l’anno. Pubblicare un aggiornamento semestrale con gli obiettivi raggiunti (es. “+X autobus acquistati, –Y tempo di attesa medio”) per riacquisire la fiducia dell’utenza — **Owner:** AMTAB Direzione Operativa — **KPI:** % interventi pianificati completati (target 100% entro 6 mesi); variazione punteggio soddisfazione complessiva in rilevazioni intermedie (target +5 p.p. soddisfatti).

– **360 giorni: Progetti strategici e rilancio dell’immagine:** completare i progetti di investimento più importanti (es. entrata in servizio di tutti i nuovi autobus previsti, attivazione di almeno una corsia preferenziale strategica) e contestualmente lanciare una campagna di comunicazione istituzionale per rilanciare l’immagine di AMTAB presso i cittadini. Ad esempio, presentare il “**Nuovo TPL Bari**” mostrando i risultati ottenuti e le innovazioni introdotte (flotta ecologica, app aggiornata, ecc.). Obiettivo: aumentare sensibilmente la soddisfazione globale e ricostruire la fiducia — **Owner:** AMTAB Top Management & Comune di Bari — **KPI:** % utenti soddisfatti nella prossima indagine (target >50%); crescita del numero di passeggeri trasportati (+% anno su anno, segno di maggior fiducia nel servizio).

NEL CORSO DELL'ULTIMO ANNO IL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO È:



Valori % espressi sul totale dei rispondenti

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CUES s.r.l.



La percezione dell'utenza circa l'**evoluzione del servizio TPL** mostra lievi segnali positivi. Nel 2025 aumenta la quota di chi ritiene che il servizio sia **migliorato** (dal 16,5% al 18%, +1,5 p.p.) e diminuisce quella di chi lo giudica **peggiorato** (15%→14%, -1 p.p.). Tuttavia, si rafforza ulteriormente la maggioranza di chi non percepisce cambiamenti: i giudizi **"rimasto invariato"** salgono dal 56% al 60% (+4 p.p.), confermandosi la risposta di gran lunga più diffusa.

Si riduce la percentuale di indecisi (**"non saprei"** dal 12,5% all'8%), segno che più utenti hanno un'opinione netta sul trend del servizio rispetto all'anno precedente. In sintesi, prevale ancora la sensazione di **stasi** (6 utenti su 10 non notano differenze), ma tra coloro che percepiscono un cambiamento c'è ora un leggero saldo positivo a favore di chi vede un miglioramento.

Raccomandazioni operative

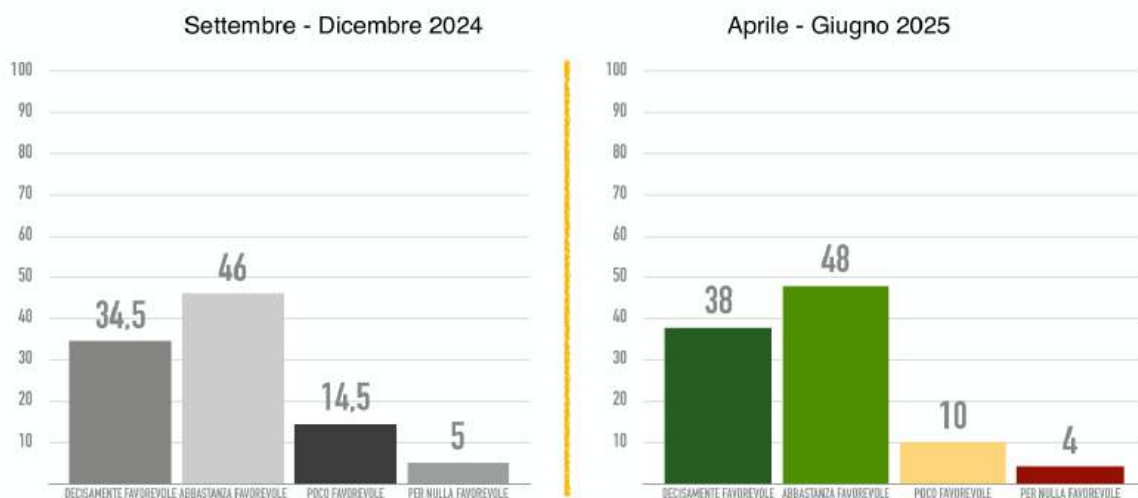
- **90 giorni: Comunicare i miglioramenti in modo visibile:** contrastare la percezione di immobilismo pubblicizzando i progressi effettuati (anche se piccoli). Ad esempio, affiggere infografiche "Prima vs Dopo" sui bus e alle fermate, illustrando dati concreti (es. "+X% corse puntuali rispetto a 6 mesi fa", "50 nuove pensiline installate"). Rendere evidenti agli occhi degli utenti i segnali di cambiamento in atto — **Owner:** AMTAB Comunicazione — **KPI:** variazione % di utenti che percepiscono miglioramenti nella prossima indagine (target >25%); interazioni sui post social che mostrano i risultati ottenuti (target +Y).
- **180 giorni: Rendere tangibili le azioni strategiche:** man mano che si realizzano gli interventi più

importanti (es. arrivo nuovi bus, aperture nuovi punti vendita), organizzarne la presentazione pubblica: inaugurazioni con presenza di cittadini e media, test ride sui nuovi mezzi, ecc. Questo coinvolgimento pubblico serve a fissare nell'opinione comune l'idea che il servizio **sta cambiando**. Inoltre, diffondere un rapporto semestrale ai cittadini con elenco puntuale degli interventi completati e di quelli in corso — **Owner:** Comune di Bari & AMTAB Relazioni Esterne — **KPI:** numero di eventi pubblici di presentazione svolti; copertura mediatica (articoli, servizi TV) ottenuta sui miglioramenti introdotti.

– **360 giorni: Rilevare e comunicare i risultati ottenuti:** a un anno di distanza, commissionare un audit esterno o un'indagine indipendente per misurare gli indicatori di performance del TPL (puntualità media, utilizzo, soddisfazione) rispetto all'anno precedente. Pubblicare i risultati mettendo in luce i progressi e indicando le prossime azioni pianificate. Ciò consoliderà la percezione di **dinamismo** e impegno continuo, e aiuterà a convincere anche parte di quel 60% di utenti che finora non ha notato cambiamenti — **Owner:** AMTAB Direzione & Comune di Bari — **KPI:** riduzione della quota "invariato" nella prossima indagine (target <50%); aumento della quota "migliorato" (target >25%).

SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

COME VALUTA LA PRESENZA SUGLI AUTOBUS DI TORNELLI, CHE CONSENTONO L'INGRESSO A BORDO SOLTANTO A CHI È MUNITO DI TITOLO DI VIAGGIO?



Ricerche di mercato, sondaggi e strategie di gestione



CLES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



L'atteggiamento del pubblico diventa ancor più **favorevole** nel 2025 riguardo all'iniziativa in oggetto. La somma dei pareri favorevoli (decisamente + abbastanza favorevole) sale dall'80,5% all'86% degli intervistati. In particolare aumentano i **"decisamente favorevole"** (34,5%→38%,

+3,5 p.p.) e gli **“abbastanza favorevole”** (46%→48%, +2 p.p.). Parallelamente diminuiscono i contrari: i **“poco favorevole”** scendono dal 14,5% al 10% (-4,5 p.p.) e i **“per nulla favorevole”** dal 5% al 4% (-1 p.p.).

– Si registra dunque un **consenso quasi unanime** verso questa misura (86% complessivamente favorevoli), con una riduzione della già esigua opposizione. Il pubblico appare ancora più ben disposto rispetto al 2024, segnale molto positivo che indica terreno fertile per implementare l’azione proposta contando su un forte appoggio popolare.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Accelerare i preparativi forti del consenso:** avviare immediatamente, se non già fatto, la progettazione tecnica e gli studi necessari per realizzare la misura (es. creazione di nuove linee o corsie preferenziali). Sfruttare il clima di approvazione per snellire i processi autorizzativi, comunicando che si procederà celermente anche in risposta al chiaro favore espresso dai cittadini — **Owner:** Comune di Bari (Mobilità) & AMTAB Pianificazione — **KPI:** completamento studio di fattibilità/progetto esecutivo (sì/no entro 3 mesi); rispetto delle tempistiche burocratiche senza ritardi.

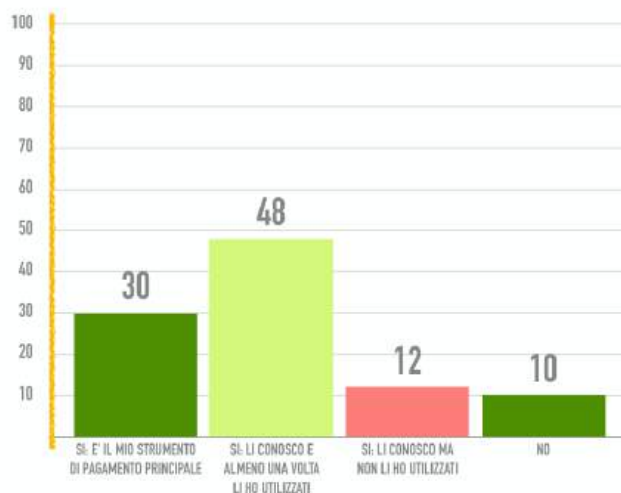
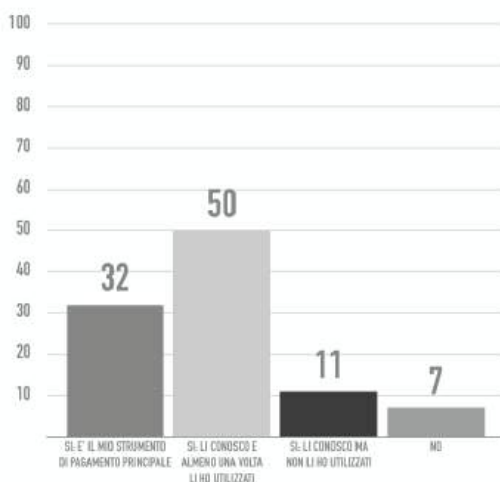
– **180 giorni: Dare avvio concreto al progetto:** ottenute le dovute approvazioni e finanziamenti, avviare la fase di implementazione visibile della misura. Ad esempio, se trattasi di corsie preferenziali, aprire i cantieri e installare la segnaletica; se di una nuova linea, presentare i bus e il percorso. Mantenere alta la comunicazione durante l’avvio (cartelli “Qui sorgerà...” nelle strade interessate) per informare anche i cittadini meno attenti che il miglioramento da loro auspicato è in corso di realizzazione — **Owner:** AMTAB Direzione Progetti & Comune di Bari — **KPI:** avvio cantiere o servizio (sì/no entro 6 mesi); percentuale di avanzamento del progetto vs cronoprogramma (target 100% rispetto ai tempi previsti).

– **360 giorni: Completamento e celebrazione:** portare a termine l’implementazione entro i tempi annunciati e organizzare un evento pubblico di inaugurazione, ringraziando i cittadini per il supporto che ha reso possibile il progetto. Subito dopo l’attivazione, monitorare gli effetti (es. aumento velocità bus sulle nuove corsie, incremento passeggeri su nuova linea) e comunicarli in un bilancio pubblico a 3-6 mesi, consolidando così la fiducia dei cittadini nell’efficacia delle misure condivise — **Owner:** AMTAB & Comune di Bari — **KPI:** progetto realizzato nei tempi previsti (sì/no); indicatori di efficacia post-implementazione (es. +% velocità linea, +% passeggeri) raggiunti e diffusi alla cittadinanza.

E' A CONOSCENZA DELLE MODALITÀ ALTERNATIVE DI ACQUISTO DEI BIGLIETTI, QUALI AD ESEMPIO MUVT E MOBILE PAY?

Settembre - Dicembre 2024

Aprile - Giugno 2025

Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CUES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



L'adozione di **sistemi di pagamento elettronici** per il TPL segna una lieve flessione nel 2025: la quota di utenti che li usa come **strumento principale** scende dal 32% al 30% (-2 p.p.), e cala anche chi li **ha usati almeno una volta** (50%→48%). Al contrario, cresce leggermente la percentuale di chi li **conosce ma non li ha mai utilizzati** (11%→12%) e aumentano i **"No"** totali (non conosce/mai sentito - dal 7% al 10%).

– Questo trend indica una sorta di **stagnazione nell'uso dei pagamenti digitali**: non solo non aumentano i nuovi utenti, ma alcuni precedenti utilizzatori abituali sono tornati a metodi tradizionali. Ciò può essere dovuto a problemi tecnici, scarsa promozione o diffidenza. È dunque necessario rilanciare l'uso di carte contactless/app, dato che una maggior digitalizzazione renderebbe il servizio più efficiente (meno code per biglietti e più dati sull'utenza).

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Verifica tecnica e campagna mirata**: controllare lo stato di tutti i POS e validatori contactless sui mezzi, resolvendo eventuali malfunzionamenti che possano aver scoraggiato l'uso. Contestualmente, lanciare la campagna **"Pagare smart conviene"** evidenziando i benefici del pagamento elettronico (velocità, niente contanti, sconti dedicati) con locandine a bordo e messaggi sui social — **Owner**: AMTAB Sistemi di Pagamento & Comunicazione — **KPI**: riduzione segnalazioni di POS non funzionanti (target: 0 entro 1 mese); incremento settimanale transazioni elettroniche (target +X% dopo 3 mesi).

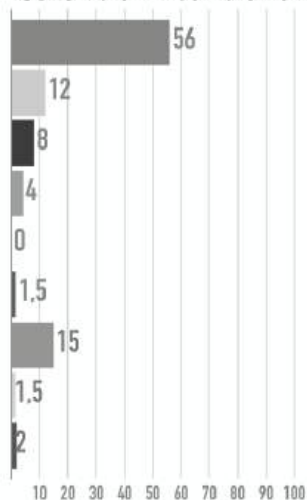
– **180 giorni: Incentivi e ampliamento canali digitali:** introdurre incentivi per chi paga digitalmente (es. una corsa omaggio ogni 10 acquisti via app/carta) per fidelizzare gli utenti elettronici. Estendere il pagamento contactless all'intera flotta e integrare l'acquisto di biglietti digitali su più piattaforme (app AMTAB, app di mobile payment diffuse) per raggiungere un pubblico più ampio — **Owner:** AMTAB Commerciale & IT — **KPI:** percentuale di titoli pagati digitalmente sul totale (target in crescita, es. dal 5% al 10%); aumento utenti unici dell'app AMTAB (+%).

– **360 giorni: Verso un TPL “cashless-friendly”:** proseguire l'innovazione puntando a un sistema di bigliettazione elettronica completo: distribuzione diffusa di carte/abbonamento contactless ricaricabili, possibilità di pagamento con carta bancaria direttamente in vettura (sistema EMV) e magari integrazione con portafogli digitali (Apple Pay, Google Pay). Collaborare con istituti di credito per offrire carte co-branded con funzioni abbonamento TPL. L'obiettivo a fine anno è invertire il trend, con più utenti che adottano il digitale come standard — **Owner:** AMTAB Direzione Innovazione — **KPI:** quota di utenti che dichiara il pagamento elettronico come principale (target >35%); diminuzione dei “No, non conosco/non uso” sotto il 5%.

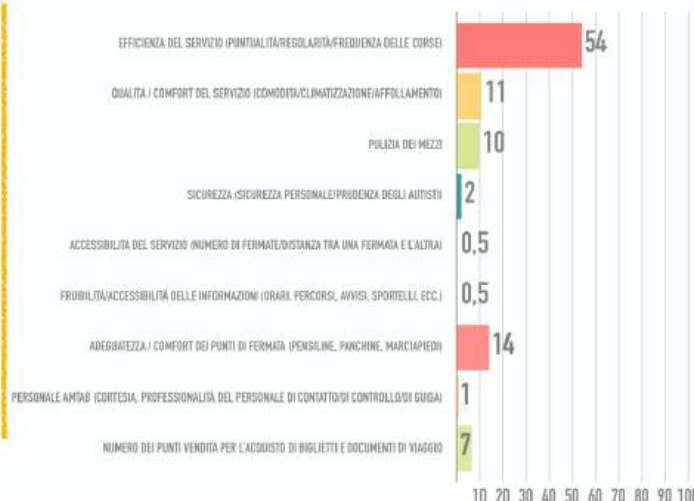
SERVIZI MOBILITÀ URBANA - TPL

SECONDO LEI, QUALI SONO GLI ASPETTI PIÙ IMPORTANTI CHE AMTAB DOVREBBE PROMUOVERE PER GARANTIRE UN MIGLIORAMENTO DEL SERVIZIO DI TRASPORTO PUBBLICO?

Settembre - Dicembre 2024



Aprile - Giugno 2025



Valori % espressi sul totale delle risposte | Domanda con possibilità di risposta multipla

Ricerca di mercato, sociali
e sondaggi di opinione

CIES S.p.A.



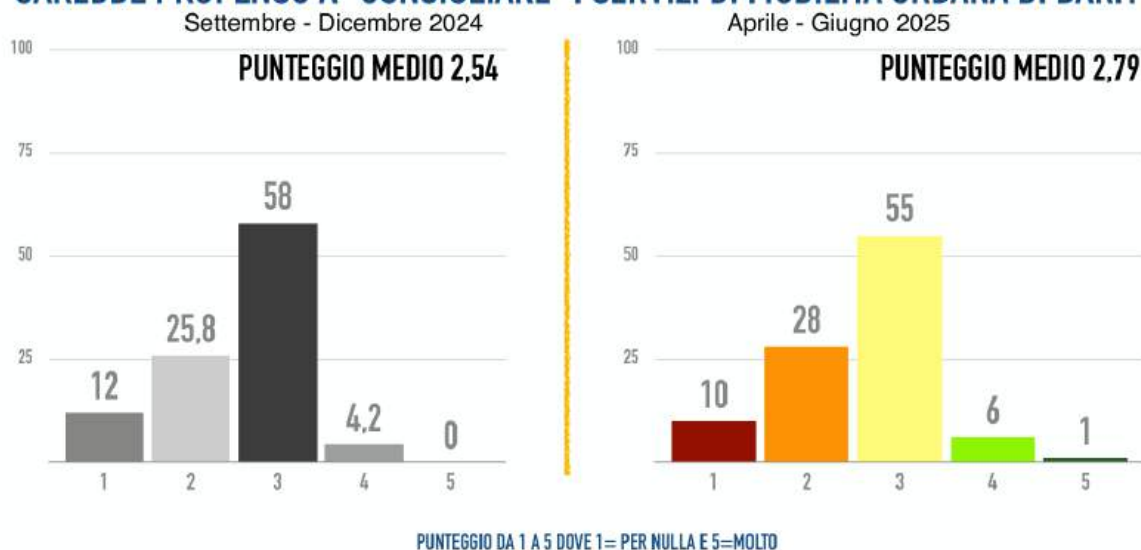
L'efficienza del servizio (puntualità, regolarità, frequenza corse) si conferma la priorità n.1 per gli utenti, aumentando ancora il suo peso relativo dal 54% al 56% dei “punti importanza” totali

assegnati (+2 p.p.).
 Restano sui gradini successivi le esigenze di **comfort**: l'adeguatezza dei **punti di fermata** (pensiline, panchine) assorbe il 15% delle priorità (in lieve aumento dal 14%), e la **qualità/comfort dei mezzi** il 12% (da 11%). Queste tre voci insieme coprono quasi l'83% delle priorità espresse nel 2025, segnalando che gli utenti chiedono soprattutto corse puntuali/frequenti e migliori condizioni di attesa e viaggio.
 Perdono peso relativo altri aspetti: la **pulizia dei mezzi** scende dal 10% all'8%, e soprattutto cala la priorità attribuita ai **punti vendita biglietti** (dal 7% al 2%), forse perché ritenuti meno critici rispetto ad efficienza e comfort, oppure leggermente migliorati. Aumenta invece l'attenzione verso la **sicurezza** (dal 2% al 4%, raddoppiando ma restando priorità secondaria) e leggermente verso **informazioni** (0,5%→1,5%) e **personale** (1%→1,5%).

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Focalizzare le azioni sui top 3 driver**: istituire una cabina di regia interna che concentri gli sforzi immediati su efficienza, comfort fermate e comfort mezzi. Ciò significa dare priorità a: migliorare puntualità e frequenza (misure già trattate: task force dedicata), velocizzare interventi sulle fermate (pulizia, manutenzione straordinaria immediata) e risolvere i problemi più evidenti dei bus (climatizzatori guasti, pulizia interni). Queste azioni, da avviare entro 3 mesi, rispondono direttamente a oltre l'80% delle richieste utenti — **Owner**: AMTAB Direzione Operativa — **KPI**: n. azioni rapide avviate per ciascuna delle 3 aree (target ≥ 1 per area); primi riscontri positivi nelle zone interessate (es. riduzione reclami, commenti social).
 – **180 giorni: Riallocazione risorse e tempi**: rivedere il piano operativo annuale spostando risorse (budget, personale) verso i tre ambiti prioritari emersi. Ad esempio, potenziare il capitolo di spesa per manutenzione mezzi/fermate anche ritardando investimenti meno prioritari, e accelerare i progetti su puntualità e frequenza rispetto ad altri. Monitorare mensilmente i progressi su queste 3 aree con KPI dedicati — **Owner**: AMTAB Pianificazione Strategica — **KPI**: % budget 2025 dedicato a efficienza+comfort (target in aumento); avanzamento stato progetti chiave (target 100% milestone semestre raggiunte).
 – **360 giorni: Risultati tangibili sulle priorità**: entro un anno conseguire e comunicare obiettivi chiave per ciascuna priorità: es. efficienza – +X% corse puntuali, attesa media ridotta di Y min; fermate – installate Z nuove pensiline e coperte tutte le fermate principali; comfort bus – messo in servizio N bus nuovi o refittati, pulizia a standard elevato su 100% flotta. Presentare un rapporto pubblico di fine anno con questi risultati, dimostrando che le prime tre priorità espresse dagli utenti sono state affrontate con successo — **Owner**: AMTAB & Comune di Bari — **KPI**: raggiungimento di tutti i target dichiarati per efficienza/fermate/comfort (sì/no); contrazione dell'importanza relativa assegnata a tali voci nella prossima indagine (segno che non sono più percepite come problemi principali, target Efficienza <50%, Comfort fermate <15%, Comfort mezzi <10%).

LE PONIAMO INFINE UNA DOMANDA PER TERMINARE LA NOSTRA INTERVISTA: A LIVELLO GENERALE, CONFRONTANDOSI CON UN SUO AMICO O PARENTE QUANTO SAREBBE PROPENSO A "CONSIGLIARE" I SERVIZI DI MOBILITÀ URBANA DI BARI?



Ricerche di mercato, sociali
e sondaggi di opinione



CIES s.r.l.

Valori % espressi sul totale dei rispondenti



La distribuzione complessiva dei giudizi mostra variazioni minime: nel 2025 la percentuale di “1” (insoddisfazione estrema) cala dal 12% al 10% (–2 p.p.), mentre quella di “2” sale dal 25,8% al 28% (+2,2 p.p.). I giudizi “3” (medi) restano maggioritari ma leggermente in calo (58%→55%, –3 p.p.). Crescono di poco le valutazioni “4” (4,2%→6%, +1,8 p.p.) e compare un esiguo “5” (dallo 0% al 1%).

Nel complesso il profilo rimane dominato dalla neutralità e dai giudizi tiepidi: oltre la metà degli utenti dà voto 3 e circa il 38% un giudizio negativo (1–2), contro solo il 7% circa di positivi (4–5). Il lieve calo dei neutri si distribuisce tra un piccolo aumento sia dei moderatamente negativi che dei moderatamente positivi. In sintesi, il **sentiment generale** verso il servizio TPL rimane praticamente invariato rispetto al 2024, con una larga prevalenza di opinioni mediocri o negative e pochissimi entusiasti.

Raccomandazioni operative

– **90 giorni: Rafforzare il dialogo e la trasparenza:** la stagnazione del sentiment richiede un cambio di passo comunicativo. Istituire un *forum* periodico (mensile o bimestrale) con rappresentanti degli utenti per aggiornare sullo stato dei miglioramenti e raccogliere feedback continui. Pubblicare sul sito un dashboard aggiornato degli indicatori di servizio (puntualità, pulizia, etc.) per mostrare i progressi in tempo quasi reale — **Owner:** AMTAB Comunicazione & Qualità — **KPI:** attivazione del forum utenti (sì/no) e numero di incontri tenuti; accessi alla pagina “Trasparenza servizio” sul sito (in aumento).

- **180 giorni: Lanciare un programma “Customer Experience”:** ingaggiare eventualmente un consulente esterno o creare un team interno dedicato a ripensare l’esperienza utente end-to-end (dal momento in cui attende il bus a quello in cui scende). Implementare interventi innovativi anche “fuori dagli schemi” (es. iniziative di gamification per coinvolgere gli utenti, servizi aggiuntivi come bibliobus, etc.) per cercare di stupire positivamente la clientela e far emergere finalmente giudizi entusiasti — **Owner:** AMTAB Direzione Innovazione — **KPI:** introduzione di almeno 1–2 iniziative sperimentali di miglioramento esperienza (sì/no); gradimento delle iniziative pilota misurato con survey dedicate (target >80% partecipanti soddisfatti).
- **360 giorni: Misurare l’impatto e adeguare la strategia:** dopo un anno di sforzi integrati, effettuare un’ulteriore indagine di soddisfazione per verificare se la distribuzione dei giudizi si è spostata in modo significativo verso l’alto (obiettivo: raddoppiare la quota di 4–5). In base ai risultati, continuare ad adattare la strategia: se ancora prevalgono i 3 e i 2, considerare riforme più radicali o investimenti straordinari; se si registra un miglioramento, proseguire sul percorso intrapreso enfatizzando ciò che ha funzionato — **Owner:** AMTAB Top Management — **KPI:** quota di valutazioni 4–5 nella prossima indagine (target >15%); confronto andamento punteggio medio complessivo 2024→2025→2026 (trend positivo sì/no).

Benchmark: Bari vs altre città italiane ed europee

Per contestualizzare le performance di Bari, si confrontano indicatori di mobilità urbana con città italiane comparabili (Napoli, Catania, Messina, Reggio Calabria) ed europee simili per dimensione e morfologia (Valencia, Salonicco, Porto, Marsiglia). I parametri considerati: soddisfazione utenti TPL, puntualità, affollamento, accessibilità (mezzi/fermate), informazione e ticketing (contactless), sicurezza.

Città	Soddisfazione utenti TPL	Corse puntuali (on-time)	Mezzi accessibili	Contactless (pag. carta)
Bari	~30–35% (2022, stima)	81% (n.d.)	85% (stima)	In sperimentazione
Napoli	31% (2019)	91% (2022)	95% (gomma)	No
Catania	~20–25% (2022)	n.d.	~70% (stima)	No
Messina	~50% (2022)	n.d.	100% tram; 80% bus	No
Reggio Calabria	~15–20% (2022)	n.d.	~60% (stima)	No
Valencia	~65–70% (2019)	~85% (stima)	100% metro/tram; 80% bus	Parziale
Salonicco	~30% (2019)	n.d.	~50% (stima)	No
Porto	~75% (2019)	~90% (metro) / 80% (bus)	100% metro; 90% bus	Sì (dal 2021)
Marsiglia	25% (2019)	~87% (2019)	100% metro/tram; 94% bus	Sì (dal 2023)

*Nota: alcune metriche non sono direttamente comparabili tra città; quando il dato non è disponibile si indica n.d.

Il confronto suggerisce che Bari condivide con le città del Mezzogiorno livelli di soddisfazione bassi, con ****puntualità e frequenza**** inferiori ai benchmark europei dotati di reti metro/tram. ****Affollamento**** elevato e ****informazioni in fermata**** deboli sono criticità comuni nel cluster mediterraneo (Bari, Napoli, Marsiglia).

****Porto**** e ****Valencia**** spiccano per integrazione modale e innovazione (contactless diffuso), associate a soddisfazione più alta. Bari è mediamente allineata sull'****accessibilità dei mezzi**** ma deve colmare gap su fermate e servizi per disabili.

Nel complesso, Bari si posiziona in fascia ****medio-bassa****: meglio di contesti critici (Catania, Salonicco), lontana dagli standard di Porto/Valencia e dalle grandi città del Nord Italia.

Bibliografia

- Commissione Europea (DG REGIO): Quality of Life in European Cities, Survey 2019 – Report 2020 (soddisfazione TPL in 83 città).
- Istat: La qualità della vita nelle città – Edizione 2023 (soddisfazione per i trasporti pubblici locali).
- Confartigianato – Ufficio Studi: Trasporto pubblico e pulizia strade – QE, 2 luglio 2024 (analisi su dati Istat/Eurostat).
- Comune di Napoli: G.C. n.420/2023 – Relazione ANM 2022 (puntualità/regolarità).
- Legambiente & Il Sole 24 Ore: Ecosistema Urbano 2022 (offerta e utilizzo TPL).
- Littlepay – Press: ‘Portugal’s first contactless transit ticketing system launches in Porto’ (2021).
- Région Marseille – La Métropole Mobilité: ‘Contactless Payment’ (2023).
- ASSTRA – Dati TPL Italia 2019–2021 (flotte accessibili, età media).
- Eurostat – Urban Audit: City Statistics – Perception Survey (urb_percep).
- Comune di Bari: PUMS – Piano Urbano della Mobilità Sostenibile (diagnosi rete, progetti BRT).