

Francesco Perrone S.r.l.
Francesco Perrone S.r.l.

CARTA DELLA MOBILITA'

(Decreto del Presidente del Consiglio del 30.12.1998)

Rev. N° 3 del 04/01/13

ANNO 2016

STRUTTURA DELLA
"Carta della mobilità"

PREMESSA

SEZIONE I Parte generale

SEZIONE II Fattori e indicatori aziendali di qualità. Standard.

Scheda modale: (A) Autolinee extraurbane

SEZIONE III Procedure di dialogo tra l'azienda e gli utenti.

Procedure di reclamo

Procedure di rimborso

Procedure di risarcimento dei danni

Procedure di ritrovamento oggetti smarriti

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 3 di 17
--------------------------	--	---

PREMESSA

Questo documento, denominato **Carta della mobilità**, è stato adottato dalla Francesco Perrone S.r.l. in attuazione dell'art. 2, comma 2, della Legge 11 luglio 1995, n. 273 (G.U. 11.7.1995, n. 160), sulla base dei principi della Direttiva del PCM 27 gennaio 1994 (G.U. 22.2.1994, n. 43) e dello schema generale di riferimento valido per il settore trasporti allegato al DPCM 30 dicembre 1998 (G.U. n. 26 del 2 febbraio 1999).

Attraverso la **Carta della mobilità**, la Francesco Perrone S.r.l. si impegna ad individuare e rispettare i fattori da cui dipende la qualità del servizio, tenendo conto delle esigenze dei propri clienti. Questo documento rappresenta un filo diretto che fornisce all'Azienda l'opportunità di migliorare il trasporto pubblico mediante una collaborazione costruttiva basata sulla trasparenza.

La **Carta della mobilità** è stata comunicata agli utenti mediante distribuzione delle copie sugli automezzi e rimane a disposizione del pubblico presso il *front - office* della sede aziendale e sul sito internet www.perronebus.it

Questo documento è costituito dalla presente **premessa** e da **3 Sezioni**:

0. la **premessa** descrive la struttura e gli aspetti generali del documento;

1. la **Sezione I** descrive i principi fondamentali della Carta, le peculiarità della Azienda e fornisce sintetiche informazioni sulla struttura aziendale e sui servizi forniti;

2. la **Sezione II** descrive i fattori di qualità ed i rispettivi indicatori di qualità adottati dalla Francesco Perrone S.r.l., nonché i corrispondenti valori derivanti a livello di standard con la precisazione delle modalità di rilevazione.

In particolare si distinguono 10 *fattori di qualità*, come base per la rappresentazione del livello qualitativo del servizio erogato.

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 4 di 17
--------------------------	--	---

Il *fattore di qualità* costituisce un aspetto rilevante per la percezione della qualità del servizio di trasporto da parte degli utenti.

I *fattori di qualità* sono:

- sicurezza del viaggio;
- sicurezza personale e patrimoniale del viaggiatore;
- regolarità del servizio e puntualità dei mezzi;
- pulizia e condizioni igieniche dei mezzi e/o dei nodi;
- comfort del viaggio;
- servizi aggiuntivi (a bordo e/o nei nodi);
- informazioni alla clientela;
- aspetti relazionali/comunicazionali del personale a contatto con l'utenza;
- livello di servizio nelle operazioni di sportello;
- integrazione modale.

Nell'ambito di ciascun *fattore* sono individuati alcuni specifici *indicatori di qualità*, adatti a sviluppare in maggiore dettaglio il rispettivo *fattore*.

Gli *indicatori di qualità* sono delle variabili quantitative o dei parametri qualitativi idonei a rappresentare in concreto, in corrispondenza con ciascun *fattore di qualità*, i livelli delle prestazioni del servizio di trasporto erogato.

Ad ogni *indicatore* corrispondono:

- una specifica *unità di misura* dei risultati, che rispecchia la realtà aziendale in atto;
- uno *standard*, vale a dire il livello di servizio promesso, che è il valore da prefissare, per ogni indicatore, sulla base della potenzialità dell'Azienda e delle aspettative degli utenti;
- una *modalità di rilevazione* dei risultati.

In particolare lo *standard*, che è un valore, può essere:

- A. prefissato in base a un metodo quantitativo (dati misurabili);
- B. prefissato in base a un metodo qualitativo (garanzia rispetto ad aspetti determinati del servizio. Es.: comportamento del personale).

Inoltre, lo *standard* quantitativo (A) può essere:

- *specifico*, quando, riferito alla singola prestazione, è espresso da misure minime o massime e può essere, direttamente, verificato dall'utente (es.: tempo di attesa alle fermate);
- *generale*, quando è espresso da misure medie, riferite al complesso delle prestazioni oggetto del medesimo indicatore (es.: percentuale dei mezzi in orario).

Per quanto concerne le *modalità di rilevazione* dei risultati si distinguono:

- il sondaggio (considerazione del livello di percezione globale del servizio);
- altri modi di rilevazione (rilevazione diretta sul campo, rilevazione a campione, rilevazione tramite sistema informatico, etc.).

La scelta delle specifiche tipologie atte a rilevare i risultati sono demandate alla scelta dell'Azienda.

3. La **Sezione III** descrive gli impegni che la Francesco Perrone S.r.l. assume nei confronti dei propri utenti in ordine agli eventuali reclami, modalità di rimborsi e di risarcimento danni.

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 6 di 17
---------------------------------	--	---

SEZIONE I. Parte generale

1. Principi fondamentali della Carta.
2. Presentazione della Francesco Perrone S.r.l.
3. Informazioni sulla struttura aziendale e sui servizi forniti.

1. Principi fondamentali della Carta

1.1 L'attuale quadro normativo in materia di qualità dei servizi pubblici di trasporto è costituito dalla Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27.1.94, "Principi sull'erogazione di servizi pubblici" (G.U. n. 43, 22.1.94), dalla L. 11.7.95, n. 273 (G.U. n. 160, 11.7.95) e dal DPCM del 19.5.95 (G.U. n. 123, 29.5.95).

1.2 La Francesco Perrone S.r.l. si impegna ad erogare i propri servizi di trasporto pubblico nel rispetto delle previsioni della Direttiva che sono:

1.2.1 eguaglianza ed imparzialità

- E' esclusa ogni forma di discriminazione. I principi informativi delle attività dell'Azienda sono l'equità e la obiettività;
- il principio di pari trattamento è compatibile con forme di tariffe differenziate (ordinarie e in abbonamento) che siano praticabili in base a criteri obiettivi e noti;
- il miglioramento dell'accessibilità per talune fasce di clientela (anziani o portatori di handicap) viene perseguito attraverso la progressiva adozione di iniziative finalizzate, in rapporto alla capacità economica dell'Azienda.

1.2.2 continuità

- L'erogazione del servizio è continua, regolare e senza interruzioni, secondo i programmi;
- questo principio può essere condizionato dall'intervento di casi fortuiti o di forza maggiore, tenuto conto, in particolare, che l'esercizio è soggetto a vincoli esterni, spesso

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 7 di 17
---------------------------------	--	---

imprevedibili;

- in particolare, in caso di sciopero, verranno divulgate con la migliore tempestività notizie circa i servizi minimi garantiti. Questo adempimento è obiettivamente condizionato dai comportamenti di parti terze rispetto all'Azienda;
- inoltre, in caso di necessità o di interruzioni programmate, si potrà fare ricorso a servizi sostitutivi dandone, del pari, tempestiva comunicazione.

1.2.3 partecipazione

- L'Azienda rende possibile la partecipazione degli utenti a momenti di costruttiva analisi sulle principali problematiche dei servizi prodotti, privilegiando il metodo del confronto tra organismi di rappresentanza organizzata (Associazioni delle Aziende, Associazioni dei Consumatori).

1.2.4 efficienza ed efficacia

- L'Azienda, nell'ambito delle proprie competenze, sceglie un processo di erogazione dei servizi improntato al miglioramento dell'efficienza e dell'efficacia ed a tale fine adotta il sistema della scheda modale (indicatori aziendali di qualità) di cui alla Sezione II di questa Carta.

2. Presentazione dell'Azienda

La Francesco Perrone S.r.l. è un'azienda che opera con successo nel settore del Trasporto Pubblico Locale dal 1925, oggi è un'azienda moderna e polivalente, operante anche nel settore noleggio autobus e autovetture con conducente e nel settore Agenzia Viaggi e Turismo e, gode di una forte esperienza sul territorio regionale, tanto da potersi collocare fra le maggiori realtà del settore degli autoservizi di tutta la Calabria.

Le autolinee vengono da sempre gestite con la massima serietà da uno staff accuratamente selezionato e motivato al raggiungimento di molteplici obiettivi aziendali. E' inoltre dotata di moderne ed attrezzate officine e carrozzerie, gestite da tecnici specializzati nel settore, che permettono di realizzare una costante manutenzione al fine di ottenere la massima efficienza di ogni veicolo.

La ditta Perrone è una realtà importante che si esprime su tutto il territorio nazionale ed internazionale come azienda turistica, forte di anni di esperienza. L'acquisizione di un'ottima conoscenza delle

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 8 di 17
--------------------------	--	---

esigenze di mercato ha permesso di creare una struttura in grado di gestire le proposte di viaggio curandole nei minimi particolari. Oltre che per i tradizionali tours, che oggi si arricchiscono di mete sempre nuove ed originali, la Perronebus è in continua crescita nei settori scolastico ed aziendale, per tale motivo ha scelto per i suoi veicoli il marchio SETRA, che da sempre è sinonimo di massima qualità. Il settore del noleggio viene gestito offrendo un parco veicoli molto vasto che comprende auto di rappresentanza, veicoli per piccoli gruppi, fino ad autobus Gran Turismo in grado di ospitare gruppi numerosi. Le caratteristiche, le foto, gli allestimenti di questi veicoli sono presenti anche sulla rete internet con il sito www.perronebus.it

3. Informazioni sulla struttura aziendale e sui servizi forniti

3.1 Struttura organizzativa e tipologia dei servizi forniti

Per l'impegno e la serietà con cui la Francesco Perrone S.r.l. ha lavorato per diventare quella che è e, per quello che vuole essere in futuro, ha ritenuto necessario dichiarare agli utenti, attraverso la carta della mobilità, quello che fino ad oggi ha realizzato e quello che vuole realizzare nel prossimo futuro. La Francesco Perrone S.r.l. è un'azienda gestita a livello industriale che conta 24 dipendenti e dispone di un parco automezzi composto da 31 elementi. Esercita 17 autolinee di competenza regionale con una produzione bus × Km annua molto prossima a 1 milione di Km e una rete di servizio estesa a tutti i principali comuni dell'interland.

Il settore del noleggio, grazie al quale l'Azienda si esprime su tutto il territorio nazionale ed internazionale, è organizzato sulla base di una vasta e differenziata gamma di automezzi che soddisfano ogni esigenza dell'utente, proponendo un'ampia offerta per ogni soluzione di viaggio.

Infine, oggi, l'Azienda, attraverso la "Perrone Viaggi e Turismo", è in grado di occuparsi con professionalità e qualità, della completa organizzazione dei viaggi turistici, provvedendo alle prenotazioni di alberghi, ristoranti, musei, biglietti aerei, ferroviari e marittimi, etc.

3.2 Sistema Gestione Qualità

Da sempre la qualità è parte integrante della strategia dell'Azienda, la soddisfazione del Consumatore e tutto quanto può contribuire alla commercializzazione del servizio costituiscono un obiettivo primario ed è per tale motivo che la Francesco Perrone S.r.l. ha intrapreso un processo di

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 9 di 17
---------------------------------	--	---

miglioramento e di ottimizzazione dei processi organizzativi, al fine di meglio assicurare l'irrinunciabile qualità dei servizi offerti alla Clientela, attraverso l'implementazione e l'applicazione di un Sistema di Qualità Aziendale conforme alle norme UNI EN ISO 9001:2008. Attualmente il nostro Sistema Gestione Qualità è certificato con ottimi risultati da parte dell'Organismo di Certificazione Det Norske Veritas (DNV), a dimostrazione della volontà di offrire alla Clientela un elevato standard qualitativo.

3.3 Aspetti relativi al personale aziendale a contatto con gli utenti

Il personale, nello svolgimento dei compiti assegnati, deve indossare la divisa aziendale ed è tenuta a trattare i clienti con rispetto e cortesia, agevolandoli nell'esercizio dei loro diritti e fornendo loro tutte le informazioni richieste. Il personale è, in ogni caso, tenuto ad utilizzare un linguaggio chiaro e comprensibile ed a mantenere comportamenti tali da conservare un rapporto di fiducia e di collaborazione tra Azienda e Clienti. A tal fine è stato adottato un regolamento interno e, all'occorrenza, saranno impartite istruzioni in merito, nonché organizzate attività formative mirate. Per tale scopo ci si potrà, inoltre ispirare, per quanto compatibile, al "Codice di comportamento dei dipendenti delle pubbliche amministrazioni" – Decreto del Ministro per la Funzione Pubblica del 31.03.94 – G.U. n. 149 del 28.06.94.

Per il personale operante al telefono la risposta deve essere preceduta dal nome dell'addetto o, comunque, da una sigla di identificazione univoca del soggetto.

3.4 Monitoraggio interno

3.4.1 L'Azienda prevede un sistema di monitoraggio della qualità dei servizi atto a considerare:

- gli standard (livello promesso) relativi agli indicatori aziendali di qualità;
- il livello di percezione complessiva dei fattori di qualità;
- l'andamento del fenomeno del reclamo (vedi Sezione III).

3.4.2 La rilevazione del grado di raggiungimento degli obiettivi, fissati dall'Azienda è utilizzata per delineare piani di miglioramento progressivo e/o di mantenimento delle prestazioni rese.

3.4.3 I risultati conseguiti (i livelli di qualità raggiunti e rilevati), rispetto agli obiettivi, sono pubblicati annualmente allo scopo di rendere possibile, da parte di terzi, la verifica del livello di qualità del servizio conseguito in rapporto a quanto indicato (promesso) nella Carta.

3.4.4 In particolare, entro fine anno, l'Azienda predispone una Relazione riassuntiva sui risultati ottenuti nell'esercizio precedente.

La Relazione è prevista nel Titolo II, paragrafo 5, comma 2, della Direttiva 27.01.94 e viene da parte dell'Azienda comunicata al Comitato permanente per l'attuazione della Carta dei servizi pubblici costituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri.

3.5 Informazioni all'utenza ed aspetti relazionali

L'Azienda assicura, attraverso tutte le forme disponibili, la più ampia informazione ai clienti circa le modalità di prestazione del servizio.

La Francesco Perrone S.r.l. aggiorna costantemente le informazioni relative al programma di esercizio, le informazioni vengono riportate tramite affissione di volantini a bordo autobus per comunicazioni urgenti ed improvvise e tramite il notiziario "News Perrone" distribuito nelle piazze e nei bar di tutti i comuni serviti, nella nostra sede aziendale e dagli autisti, questo per informare in modo completo ed esaustivo per quando riguarda i cambiamenti di orari estivo ed invernale, scolastico e non scolastico, il costo degli abbonamenti e dei biglietti, per i cambiamenti di percorso momentanei e stagionali. A disposizione degli utenti, inoltre, a quelli che ne fanno richiesta sono disponibili tutti gli orari completi delle nostre corse "orari pratici" sempre aggiornati e facili da consultare.

A completamento delle informazioni all'utenza è attivo, nelle ore di ufficio, per informazioni e chiarimenti, il numero telefonico 0984/525100. Altresì, per garantire un'informazione continua e tempestiva a tutti gli utenti, in un'ottica di consolidamento della fiducia e della trasparenza con il mercato, l'Azienda è presente anche sulla rete Internet con il sito www.perronebus.it, dove sono disponibili informazioni rilevanti sulle attività e la tipologia dei servizi offerti e un archivio sempre aggiornato di documenti, dati e notizie facilmente consultabili.

SEZIONE II. Fattori e indicatori aziendali di qualità / standard 2015

La Francesco Perrone S.r.l. per migliorare la qualità e la quantità del servizio erogato, definisce, in corrispondenza a ciascun *indicatore di qualità, standard* di prestazione che si impegna a rispettare. Gli standard sono sottoposti a verifica ed a periodico monitoraggio ed aggiornamento al fine di adeguarli alle esigenze del servizio.

FATTORE DI QUALITA'	INDICATORE	UNITA' DI MISURA/STANDARD	MODALITA' DI RILEVAZIONE	QUALITA' RICONTRATA	OBIETTIVI RAGGIUNTI
Sicurezza del viaggio	Attività di manutenzione e taratura apparecchiature	Rispetto attività di manutenzione e taratura previste per il 2015	Rilevazione registrazioni	Controllo di taratura/pulitura su tutte la Apparecchiature	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Sicurezza del viaggio	Numero controlli in linea	Almeno 1 controllo per linea ogni mese	Rilevazione registrazioni	>/ = 1 Controllo per linea ogni mese effettuato Tot. Corse/Anno n. 183 Controlli n. 189	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Sicurezza personale e patrimoniale del viaggiatore	Denunce (furti, danni e molestie)	N° denunce/totale viaggiatori anno = 0	Rilevazione diretta	Nessuna denuncia/furto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Regolarità del servizio e puntualità dei mezzi	Rispetto corse programmate	Corse non effettuate/ Corse programmate (imputabili all'organizz.) = 0	Rilevazione registrazioni	Corse non effettuate imputabili all'organizzazione = 0	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Regolarità del servizio e puntualità dei mezzi	Corse con ritardo / Corse totali (ai capolinea)	Corse con ritardo >10 minuti/corse totali <3%	Rilevazione registrazioni	Corse totali n° 67 Corse con ritardo > 10 min. n°5 Corse con ritardo > 10 minuti/corse totali = 5,9 %.	OBIETTIVO NON RAGGIUNTO
Regolarità del servizio e puntualità dei mezzi	Percezione complessiva sul rispetto delle fermate. Il rispetto dei programmi.	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari autolinee compilati n° 433 - 80% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 87% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO

FATTORE DI QUALITA'	INDICATORE	UNITA' DI MISURA/STANDARD	MODALITA' DI RILEVAZIONE	QUALITA' RICONTRATA	OBIETTIVI RAGGIUNTI
Regolarità del servizio e puntualità dei mezzi	Percezione complessiva sulla puntualità delle corse	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari compilati n°433 - 82% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	Efficienza delle attività di pulizia degli autobus	Frequenze di pulizia non rispettate < 5%	Rilevazione registrazioni	Frequenze di pulizia non rispettata anno 2015 è dello 0%	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	Efficacia delle attività di pulizia dei mezzi	Mezzi controllati in linea che rilevano pulizia inadeguata <10%	Rilevazione registrazioni	N° 398 controlli effettuati pulizia insufficiente = 7 %	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Pulizia e condizioni igieniche dei mezzi	Percezione complessiva sulla pulizia degli automezzi in generale	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari autolinee compilati n° 433 - 82% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 88% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Confort del viaggio	Climatizzatore negli autobus	Presenza clima su 100% autobus	Rilevazione diretta	Presenza clima su autobus di linea 75%.	OBIETTIVO NON RAGGIUNTO
				Presenza clima su autobus noleggio 100%.	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Servizi aggiuntivi	Servizi aggiuntivi disponibili a bordo degli autobus a noleggio	Disponibilità sul 100% autobus: hi-fi, autoradio, sedili reclinabili; solo autonoleggio: Tv color per VHS, clima, WC, frigo-bar-coffee, navigatore sat., cassaforte.	Rilevazione diretta	Noleggio disponibilità 100%	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Autolinee sed. reclin. 85% Autolinee hi-fi 90%	OBIETTIVO NON RAGGIUNTO
Informazioni alla clientela	Fascia oraria di operatività servizio informazioni ufficio (operatore)	08.30/13.00 – 14.00/19.00 dal lunedì al sabato	Rilevazione diretta	Ore 8.30/13.00 Ore 14.00/19.00 Dal lunedì al sabato	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Informazioni alla clientela	Tempestività aggiornamento sito web	Pubblicazione delle modifiche ai servizi sul sito almeno 24 ore prima	Rilevazione diretta	Sito non aggiornato tempestivamente entro le 24 ore	OBIETTIVO NON RAGGIUNTO

FATTORE DI QUALITA'	INDICATORE	UNITA' DI MISURA/STANDARD	MODALITA' DI RILEVAZIONE	QUALITA' RISCONTRATA	OBIETTIVI RAGGIUNTI
Informazioni alla clientela	Disponibilità opuscoli orari a bordo degli autobus	Presenza orari a bordo autobus = 100%	Rilevazione registrazioni	Presenza orari a bordo autobus = 100%	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Informazioni alla clientela	Tempestività diffusione informazioni (cambi di percorso, interruzioni di linea, ecc.)	Affissione del comunicato sugli autobus almeno 24 ore prima	Rilevazione diretta	Affissione del comunicato e diffusione sugli autobus almeno 24 ore prima	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Informazioni alla clientela	Percezione complessiva sulle informazioni relative alle corse e ai servizi erogati	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari autolinee compilati n° 433 - 80% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 87% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti relazionali e comportamentali	Riconoscimento personale da parte del pubblico	Personale a contatto con il pubblico dotato di tesserino di riconoscimento = 100%	Rilevazione diretta	Tutto il personale a contatto con il pubblico dotato di tesserino di riconoscimento	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti relazionali e comportamentali	Percezione complessiva sulla cortesia e disponibilità del personale	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari autolinee compilati n° 433 - 83 % risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 87 % risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Livello servizio sportello	Tempi di risposta ai reclami	Risposte < 20 giorni	Rilevazione registrazioni	< 2 giorni	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Livello servizio sportello	Disponibilità questionario sugli autobus	100% autolinee e 100% clienti turismo	Rilevazione registrazioni	Disponibilità questionario su tutti gli autobus	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Livello servizio sportello	Percezione complessiva sui tempi di risposta ad eventuali reclami	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari autolinee compilati n° 433 - 76% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 82% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO

FATTORE DI QUALITA'	INDICATORE	UNITA' DI MISURA/STANDARD	MODALITA' DI RILEVAZIONE	QUALITA' RICONTRATA	OBIETTIVI RAGGIUNTI
Livello servizio sportello	Percezione complessiva sulla soddisfazione relativa alle risposte avute per eventuali reclami	75% risposte > giudizio discreto	Questionario Soddisfazione Clienti	Questionari autolinee compilati n° 433 - 74% risposte > discreto	OBIETTIVO NON RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 82% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Integrazione modale	Coincidenze con altre modalità	N° corse intermodali/totale corse = 100%	Rilevazione pianificazioni	N° corse intermodali/totale corse = 100%	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti di sistema	Formazione del personale	Programma di formazione addestramento annuale	Attuazione programma di formazione addestramento 2015 (PRFA)	Attuato programma di formazione addestramento 2015 (PRFA)	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti di sistema	Domande questionario	75% media generale risposte > discreto	Gestione, controllo e miglioramento del Sistema Gestione Qualità	Questionari autolinee compilati n° 433 - 80% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 86% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti di sistema	Percezione complessiva sulla qualità dei servizi in generale	75% risposte > discreto	Gestione, controllo e miglioramento del Sistema Gestione Qualità	Questionari autolinee compilati n° 433 - 81% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
				Questionari viaggio compilati n° 321 - 86% risposte > discreto	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti commerciali	Efficienza dell'attività di progettazione	Nessuna esclusione da gare a causa del mancato rispetto dei requisiti di base e formali	Progettazione ed emissione offerta rispettando le modalità previste nel <i>Manuale Gestione Qualità</i>	Nessuna esclusione da gare a causa del mancato rispetto dei requisiti di base e formali	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti commerciali	Efficienza gestione delle Prenotazioni per il Noleggio Autobus con conducente	Servizi annullati a causa di errori intervenuti durante la formulazione delle offerte = 0	Progettazione ed emissione offerta rispettando le modalità previste nel <i>Manuale Gestione Qualità</i>	Servizi annullati a causa di errori intervenuti durante la formulazione delle offerte = 0	OBIETTIVO RAGGIUNTO
Aspetti di approvvigionamento	Efficienza nella emissione degli ordini	N° errori nella compilazione degli ordini/ N° ordini = 0	Applicazione procedura acquisti (PG GA)	N° errori nella compilazione degli ordini/ N° ordini = 0	OBIETTIVO RAGGIUNTO

FATTORE DI QUALITA'	INDICATORE	UNITA' DI MISURA/STANDARD	MODALITA' DI RILEVAZIONE	QUALITA' RISCONTRATA	OBIETTIVI RAGGIUNTI
Aspetti di approvvigionamento	Efficacia dell'attività di approvvigionamento	Nessun fermo servizi per carenze approvvigionamento	Applicazione procedura acquisti (PG GA)	Nessun fermo servizi per carenze approvvigionamento	OBIETTIVO RAGGIUNTO

SEZIONE III. Procedure di dialogo tra l'Azienda e gli utenti

1. Procedura di reclamo
2. Procedura di rimborso
3. Procedura di risarcimento
3. Procedure di ritrovamento oggetti smarriti

1. Procedura di reclamo

1.1 Si distinguono: il reclamo ed il suggerimento

1.1.1. Il reclamo è un'azione dell'utente (cliente), presentata con le modalità di cui sotto all'Azienda, per comunicare una non coerenza con le proprie aspettative di uno o più requisiti definiti dalla Carta della mobilità.

1.1.2. Il suggerimento è un'azione dell'utente (cliente) presentata all'Azienda per comunicare indicazioni utili alla fornitura di un servizio di trasporti più vicina alle aspettative dell'utente stesso.

1.2. Forme e modalità di reclamo

Il reclamo si presenta nelle seguenti tipologie:

- a) reclamo per insoddisfazione generica riferita all'erogazione del servizio diversa dall'inadempimento;

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 16 di 17
--------------------------	--	--

- b) reclamo per inadempimento dell'Azienda;
- c) richiesta di tutela, per il riconoscimento dei diritti dell'utente (cliente), inutilmente trascorsi i termini per la risposta aziendale.

Sia i reclami che i suggerimenti possono essere avanzati in forma diretta, verbalmente o tramite telefono, quest'ultimi, verranno registrati seguendo le procedure di Gestione Reclami con i modelli *Registro Suggerimenti Telefonici mod. SUGGTEL e Registro Reclami Telefonici Mod. RECTEL* o altrimenti in forma indiretta, per iscritto, a mezzo di posta tradizionale, indirizzati alla Francesco Perrone S.r.l., Via Cesare Battisti, 82, o a mezzo di posta elettronica, attivando la casella e-mail reclami@perronebus.it. In particolare, suggerimenti e/o reclami possono essere forniti compilando appositi moduli reperibili direttamente sugli autobus o presso gli Uffici Aziendali, denominati "*Questionari soddisfazione clienti*".

Il riferimento telefonico è 0984/525100, dalle ore 8.30 alle ore 13.00 e dalle 14.00 alle 19.00 dal Lunedì al Sabato. Altresì, il personale che è a contatto con gli utenti (sia direttamente che per telefono) è in grado di fornire informazioni circa le modalità di reclamo previste.

L'Azienda, a seconda della forma e della portata del reclamo ricevuto, si impegna a dare riscontro al cliente in un lasso di tempo che può andare dall'immediato sino ad un massimo di 20 giorni. Nel caso debba invece reperire informazioni o effettuare indagini e/o approfondimenti, si impegna a dare risposta entro 30 giorni dalla data di ricevimento del reclamo/suggerimento stesso.

2. Procedura di rimborso

I clienti interessati dovranno far pervenire all'Azienda richiesta scritta di rimborso. L'Azienda rimborsa i titoli di viaggio (biglietto o abbonamento) che il cliente non ha potuto utilizzare per responsabilità dell'Azienda.

Qualora insorgessero controversie tra le parti, in relazione alla procedura di rimborso, verranno privilegiate soluzioni di tipo amichevole (trattativa diretta tra l'Azienda ed il Cliente) o, in caso di insuccesso, forme di conciliazione extragiudiziale (es.: arbitrato).

Francesco Perrone S.r.l.	CARTA DELLA MOBILITA' <i>CDM</i>	Revisione N° 3 Data 04/01/13 Pagina 17 di 17
---------------------------------	--	--

3. Procedura di risarcimento dei danni alle persone o alle cose

I clienti che hanno subito danni per fatti imputabili all'Azienda, in base alle disposizioni del codice civile e delle altre normative vigenti, devono far pervenire presso gli Uffici dell'Azienda richiesta scritta di risarcimento danni accompagnata da idonea documentazione nei casi in cui la stessa sia necessaria.

L'onere della prova grava sul viaggiatore, che deve provare il nesso causale tra il sinistro occorsogli e l'attività del vettore nell'esecuzione del contratto di trasporto.

L'Azienda provvederà ad inoltrare, nel tempo minimo richiesto per l'istruttoria della pratica, la richiesta di risarcimento danni alla propria Compagnia di Assicurazioni.

I tempi mediamente occorrenti per il disbrigo della pratica dipenderà dal tipo di risarcimento; se effettuato direttamente dall'Azienda, occuperanno i normali periodi di verifica e valutazione della pratica da parte della Direzione Aziendale, mentre, seguiranno i normali tempi tecnici previsti dalla normativa vigente, se il risarcimento del danno dovrà essere effettuato dalla Compagnia con la quale l'Azienda ha stipulato il contratto assicurativo.

4. Procedure di ritrovamento oggetti smarriti

Gli oggetti smarriti dai clienti a bordo autobus vengono catalogati e registrati sul *MOD. ROS "Registro Oggetti Smarriti"*. La funzione è molto semplice ma nello stesso tempo molto utile e rigorosa.

Trovato l'oggetto smarrito si annota con la data del ritrovamento, le caratteristiche principali e la persona che lo ha trovato. Se ci sono dati identificativi del legittimo proprietario si contatta a mezzo telefono o/e per conoscenze, altrimenti si aspetta la chiamata o/e la visita in sede del proprietario stesso; il proprietario deve dimostrare con documenti (se possibile) o/e indicare le caratteristiche principali dell'oggetto in modo dettagliato per evitare possibili e spiacevoli equivoci di scambio di persone.