Figlia d’arte, Alessandra Leone è in Trieste Trasporti dal 2002 ed è la prima donna ad avere avuto accesso alla guida dei cosiddetti bilici (gli autobus snodati da 18 metri), dove tutt’ora presta servizio.

de Gavardo alle pagine 6-7

COSA PENSATE DI NOI

L’ultima indagine di customer satisfaction mostra che il gradimento del territorio per Trieste Trasporti rimane alto, a dispetto del Covid e delle tante incertezze che hanno caratterizzato il 2020: ci sono molte conferme, qualche monito e tanti spunti di lavoro

pagine 2, 3, 4 e 5

«Quando la parti?»: ecco le vostre foto con la maglietta di muoversibene.

pagine 10 e 11
Ecco perché ascoltare i clienti aiuta a far crescere l’azienda (anche nell’anno del Covid)

L’indagine dell’istituto Troisi Ricerche in collaborazione con la triestina Gap ha mostrato che il gradimento del territorio per Trieste Trasporti rimane alto, a dispetto delle tante incertezze che hanno caratterizzato il 2020.

Se non proprio una stroncatura, ci si aspettava che emergessero paura, delusione, scontento. Invece i risultati dell’ultima indagine di customer satisfaction - condotta nell’anno della pandemia, dei rimborzi, delle scuole a singhiozzo e del subentro di Tpl Fvg - sono andati ampliamente al di là delle aspettative. Le quasì 1.600 interviste svolte all’istituto Troisi Ricerche di Bari in collaborazione con la triestina Gap hanno mostrato che il gradimento del territorio per il servizio di Trieste Trasporti rimane alto, a dispetto delle tante incertezze che hanno caratterizzato il 2020. Gli scostamenti rilevati, rispetto all’anno passato, sono stati in quasi tutte le categorie indagate di lieve o lievissima entità, mentre sono rimaste invariate (e in certi casi sono cresciute) le aspettative sul servizio, sia nella macro-categoria relativa agli aspetti tangibili (comporti e pulizia dei mezzi, sostenibilità ambientale, rete e copertura oraria) e sia per quanto riguarda l’affidabilità. Un dato, che testimonia che la clientela, a fronte di una qualitàcepita che rimane molto elevata, si aspetta non solo che l’azienda continui a mantenere i propri standard, ma chiede - per rispondere alle difficoltà della pandemia - di alzare significativamente l’asticella.

I fattori che hanno condizionato il sentiment

Tanti, come detto, sono i fattori che hanno pesato sulle valutazioni espresse nel corso delle interviste (che, differenemente dagli anni passati, sono state tutte telefoniche per evitare contatti in presenza); dalle limitazioni imposte al servizio dai vari decreti del presidente del Consiglio dei ministri alla percezione di affollamento degli autobus, dagli abbonamenti rimasti parzialmente inutilizzati nella fase di lockdown e durante i periodi di chiusura delle scuole alle tante novità introdotte a partire da giugno 2020 con il nuovo gestore del trasporto pubblico locale. Ma per quanto le risposte della clientela siano state condizionate da un contesto senz’altro problematico, i livelli di consenso si sono confermati superiori a quelli della grande maggioranza delle aziende italiane del comparto, ponendo Trieste Trasporti, anche nell’anno appena trascorso, tra gli operatori più apprezzati a livello nazionale.

Cresce il consenso sulla sostenibilità ambientale

Alcuni numeri. La percentuale di giudizi positivi sulla rete e sulla copertura oraria è calata dal 92,2% del 2019 al 91,3% del 2020 e anche nella macro-categoria relativa all’affidabilità e alla sicurezza del viaggio il numero di voci superiori o uguali a 6 è sceso di qualche decimale in tutte le voci indagate, con l’eccezione dell’indicatore relativo agli incidenti stradali che è passato dal 97,7% del 2019 al 98,1% del 2020 (con un valore medio dei giudizi espressi pari a 8,7). Sono in crescita le valutazioni relative all’impegnamento dell’azienda a favorire dell’ambiente (aggiungendo il 96,8% contro il 96,5% del 2019, con una valutazione media di 8,4) e quelle sul confort del servizio, mentre flette la percezione della clientela sulla pulizia dei mezzi (giudizio indubbiamente influenzato da una maggiore attenzione nei confronti dell’igiene a causa dell’emergenza sanitaria).

Più importante è invece stata la contrazione delle valutazioni positive relative alla diffusione, alla tempestività e all’adeguatezza delle informazioni in caso di anomalie e perturbazioni, che passa dal 90,8% del 2019 all’82,7% del 2020, con una valutazione media (7,2) che è fra le più basse fra tutti gli indicatori esaminati. Una dinamica che versosilmente riflette da un lato le conseguenze del subentro di Tpl Fvg e l’iniziale disorientamento della clientela e, dall’altro, le frequenti modifiche di orario che sono derivate, nel corso dell’anno, dai vari provvedimenti nazionali e regionali sul Covid. Quello dell’informabilità rimane ad ogni modo un tema a cui l’azienda dedicherà grandi attenzioni nel corso del 2021.

Si contraddice anche la percentuale di valutazioni positive relative all’accessibilità e alla facilità d’uso del servizio, contrazione che si può anch’essa attribuire al subentro del nuovo gestore e ai tanti cambiamenti che questo ha comportato (nuova mobile app, nuovo sito web).
web, nuova piattaforma di webticketing, nuova struttura degli orari). Infine, se da un lato si mantiene elevato l’apprezzamento del territorio verso l’impegno dell’azienda per la sicurezza a bordo (grazie soprattutto all’impianto di videocorreggianza collegato con le sale operative delle forze di polizia), dall’altro arretrano i giudizi sulla completezza delle informazioni sul servizio alle fermate e nelle pelislnie, con un percentuale di valutazioni positive passata dal 92,5 per cento del 2019 all’88,3 per cento del 2020 (e un voto medio sceso da 8 a 7,6). Anche a questo tema l’azienda sta dedicando un focus per definire e mettere in campo possibili soluzioni.

ARRETRA IL NET PROMOTER SCORE

Nel complesso, se si considera la totalità dei 17 indicatori esaminati, la percentuale di risposte con una valutazione uguale o superiore a 6 è stata nel 2020 pari al 91,5%, contro il 94% del 2019. Il livello generale di soddisfazione è passato da un valore di 8,1 nel 2019 a un valore di 8 nel 2020 e anche il grado di apprezzamento rientra alla responsabilità sociale dell’azienda è calato di 0,23 punti (passando da 8,13 a 7,9). Molto netto è stato invece il calo del net promoter score, che era pari a 50,2 nel 2019 ed è pari a 39,1 nel 2020, di fatto riposizionandosi ai livelli del 2018. Il net promoter score indica la propensione degli intervistati a raccomandare l’uso del servizio ad altre persone ed è uno strumento che si usa per valutare la fedeltà della clientela: può assumere valori compresi fra -100 (tutti detrattori) e +100 (tutti promotori).

Più contenuta è invece la contrazione del customer satisfaction index (CSI), scesa a 7,89 dopo che nel 2019 aveva raggiunto un valore di 8,04. Il calo più marcato si è registrato nei comuni di Sgonico, Monrupino e Duino Aurisina: il CSI è un valore ponderato che viene calcolato chiedendo agli intervistati, in termini numerici, il peso assegnato a ciascun aspetto indagato.

Sono negativi per la quasi totalità degli indicatori i gap fra la qualità percepita e le aspettative, dato che pone l’azienda di fronte a una sfida importante e all’esigenza di riposizionarsi ai livelli aspettati dal territorio.

CAMBiano le abitudini di viaggio dei triestini

Complice l’emergenza sanitaria, cambiano anche le abitudini di viaggio dei triestini, con la percentuale di coloro che utilizzano «quasi tutti i giorni l’autobus» in discesa dal 44,2 per cento del 2019 al 33,5 per cento del 2020. Il 21,5 per cento degli intervistati sostiene invece di utilizzare il servizio «più di una volta per settimana». I restanti sono utilizzatori occasionali. La prima parte della mattinata si conferma il periodo della giornata durante il quale l’uso del trasporto pubblico è maggiore (fra le 7:00 e le 11:00, presto alle risposte degli intervistati, si concentra più del 35% degli spostamenti).

CHI RECLAMA PRETENDE DI PIÙ

Indicazioni importanti sono giunte anche dalle interviste rivolte a un gruppo di clienti che, nel corso del 2020, hanno reclamato nei confronti dell’azienda. Sul fronte delle aspettative, il valore espresso dagli intervistati è stato sensibilmente superiore a quello del campione principale (con valutazioni medio vicine a 10) e il giudizio sulla tempestività delle risposte ricevute a fronte del reclamo presentato è sempre stato uguale o superiore a 7 (con un valore medio di 8,8, leggermente superiore al dato espresso dal campione principale). Infine, anche il net promoter score è risultato significativamente migliore di quello generale (43,6 contro 39,1). Che cosa significhi questi dati è presto detto: chi reclama lo fa, nella grande maggioranza dei casi, non per screditare il servizio ma per contribuire alla crescita e al miglioramento, ritenendolo un asset importante della città. E sull’onda del disservice non si vogliono, per l’azienda standard più elevati rispetto alla media. Chi reclama, in pratica, è anche colui che maggiormente tiene alla qualità del servizio.
FOCUS GROUP E CLIENTI MISTERIOSI

Così l’azienda tiene sotto controllo le criticità e, con l’aiuto del territorio, pianifica le azioni di miglioramento

La presenza di graffiti alle fermate e l’adeguatezza delle informazioni ai capolinea tra i principali problemi rilevati

A margine delle 1.600 interviste di customer satisfaction, fra novembre e dicembre 2020 sono state realizzate altre tre attività di ricerca: un’analisi sui cosiddetti clienti potenziali (ovvero coloro che si sono dichiarati non utilizzatori del servizio), dieci focus group (che hanno riguardato complessivamente un centinaio di persone) e un’indagine di mystery client. L’obiettivo dello studio sui clienti potenziali era monitorare i motivi che, a Trieste, spingono le persone a non utilizzare gli autobus per i propri spostamenti. I risultati sono stati in linea con analoghe indagini svolte a livello nazionale: la maggior parte delle 513 persone intervistate ha sostenuto di preferire altri mezzi di trasporto pubblico per avere una maggiore autonomia di movimento. A seguire, ci si rende necessaria la necessità di accompagnare i propri familiari al lavoro o a scuola, l’aspetto economico e problemi di salute. Più del 70% degli intervistati ha indicato come consenso per spostarsi con un ciclomotore.

FOCUS GROUP PER LA PRIMA VOLTA ONLINE

Importanti anche le indicazioni emerse dai focus group. I partecipanti (scelti per rappresentare adeguatamente il territorio di riferimento) sono stati invitati a discutere e confrontarsi sul servizio di Trieste Trasporti in modo interattivo e sotto la supervisione di un ricercatore dell’Istituto Troisi. A differenza di quanto avvenuto negli anni passati, stavolta i focus group si sono svolti completamente online, nel rispetto delle disposizioni sull’emergenza epidemiologica. Il campione, nel complesso, si è dichiarato soddisfatto o molto soddisfatto dell’opera dell’azienda: eccellenze - diffusamente espresso - sono ritenute l’attenzione riservata ai passeggeri con disabilità, la cortesia dei conducenti e la capillarità del servizio. Apprezzate anche le intensificazioni dei collegamenti con Opicina e con l’altopiano est previste dalla nuova programmazione e le nuove emetteritici automobilistiche di biglietti dotate di telecamera e di sistemi di pagamento elettronico, ritenute «indic itae di attenzione alle esigenze dei cittadini».

In modo analogo, ovvero come un servizio reso al territorio, continua a essere percepito anche il sistema di videosorveglianza a bordo dei mezzi: l’auspio espresso dai focus group è che tali investimenti possano essere mantenuti e incrementati nei prossimi anni. All’attenzione degli intervistatori, inoltre, è stata portata l’opportunità di installare dispositivi che consentano la vendita di biglietti a bordo degli autobus, anch’essi digitali di pagamento. Un’azione, questa, che Trieste Trasporti ha già messo in cantiere e che vedrà la luce entro il 2021.

Durante gli incontri è stato poi chiesto un potenziamento del canale Telegram che attualmente l’azienda gestisce insieme con il Comune di Trieste, suggerendo di aprirne uno ereditato a promozioni, prezzi, tariffe e nuovi servizi, e quindi a tutto ciò che non è informabilità. Gli intervistati hanno poi unanimamente giudicato «encomiabile l’impegno profuso da Trieste Trasporti nei mesi di emergenza sanitaria, per consentire a chiunque di spostarsi in sicurezza».

APPREZZATO LO STILE DI GUIDA DELLE CONDUCENTI

Come già era emerso dall’indagine di customer satisfaction, anche i focus group hanno evidenziato l’esigenza di migliorare le informazioni alle fermate e ai capolinea. Grande apprezzamento è stato manifestato per lo stile di guida delle conducenti e per le modalità di relazione con la clientela, perché «si percepisce che all’azienda stanno a cuore le esigenze dei suoi passeggeri». Tutti i partecipanti ai focus group si sono dichiarati, in diversa misura, potenziali promotore di Trieste Trasporti.

MYSTERY CLIENT, IL NODO DEI GRAFFITI

Infine, l’indagine di mystery client. Si tratta di un metodo di rilevazione della qualità adottato da molte organizzazioni pubbliche e private per monitorare la conformità dei servizi erogati. Personale dell’Istituto di ricerca ha utilizzato in incognito, per alcuni giorni, i servizi di Trieste Trasporti, confrontandosi con il personale aziendale, chiedendo informazioni e acquistando biglietti nelle rivendite e online. Le principali criticità documentate dai clienti misteriosi hanno riguardato la mancata presenza di graffiti alle fermate, nelle pensiline e in alcuni casi anche sui mezzi (Trieste, per quanto riguarda i piccoli atti vandalici, è purtroppo una delle città meno virtuose d’Italia). Nessuna non conformità è stata invece rilevata sull’adeguatezza delle informazioni a bordo e sulla cortesia e la professionalità dei conducenti.
Fra novembre e dicembre 2020 sono stati telefonicamente intervistati circa 1.600 utilizzatori del servizio e 500 clienti potenziali.

17
agli indicatori indagati: dalla copertura oraria del servizio alle condizioni igieniche dei mezzi, dalla puntualità alla sicurezza del viaggio, dalla cortesia del personale ai servizi per persone con disabilità

91,5
la percentuale di punteggi positivi (compresi fra 6 e 10) assegnati dal campione ai 17 indicatori: nel 2019 era pari al 94%, nel 2018 era del 92,5% (sui giudizi hanno senz’altro pesato gli effetti della pandemia)

8
la soddisfazione complessiva sul servizio: i giudizi migliori hanno riguardato la sicurezza a bordo (8,9), l’assenza di incidenti (8,7) e la regolarità delle corse (8,2); le principali fragilità riguardano invece l’infomobilità

7,9
è la valutazione espressa dal campione intervistato sulla responsabilità sociale di Trieste Trasporti, un tema a cui l’azienda guarda da sempre con grande attenzione: nel 2019 il valore era pari a 8,13

39,1
il net promoter score, ovvero la propensione degli intervistati a raccomandare l’uso del servizio ad altre persone: misura la fedeltà della clientela e può variare fra -100 (tutti detrattori) e +100 (tutti promotori)

7,89
il customer satisfaction index (CSI), che è un valore medio ponderato fra le aspettative e le percezioni della clientela: nel 2019 aveva raggiunto un valore di 8,04, nel 2018 era stato pari a 7,86
«Quella volta sulla 9 con una coppia di giovani sposi...»


DI STEFANIA DE GAVARDO

Nel nostro mestiere, la capacità di gestire in modo equilibrato eventuali imprevisti conta molto. E le donne lo sanno meditamente fare meglio dei colleghi uomini». Conducente, figlia d’arte, in Trieste Trasporti dal 2002, Alessandra Leone è la prima donna in azienda ad avere avuto accesso alla guida dei cosiddetti bili cisti (gli autobus snodati da 18 metri), sui quali prestava tutta l’ora servizio.

Alessandra, che cosa ti ha spinto ad avvicinarsi al mondo dei trasporti?

«Mio padre era camionista e quando ero piccolissima lo vedeva alla guida di quegli enormi mezzi. Spesso viaggiavo con lui, e così quel mondo ha finito per coinvolgermi, appassionarmi, al punto da convincermi che quella sarebbe stata anche la mia professione. Dopo aver conseguito le patenti e la carta di qualifica, alla prima occasione utile ho partecipato al concorso per entrare in Trieste Trasporti e oggi eccomi qui».

Il nostro è un servizio essenziale per molte persone, soprattutto in una città come Trieste dove l’età media è piuttosto elevata.

«Sì, ne sono consapevole e mi fa sempre molto piacere quando la clientela si compiuta con me per vedere oppure, simpaticamente, mi ringrazia per il passaggio. Nel corso degli anni ho avuto modo di conoscere molte persone, di ascoltare voci, testimonianze, esperienze, aneddoti. Ricordo un’anziana signora, un’ex insegnante di scuola elementare, che mi raccontò di essere stata travolta durante la seconda guerra mondiale, quando gli uomini erano per lo più impegnati al fronte e le donne sopperivano alle esigenze della famiglia, dell’economia, dei territori».

Come è cambiato il mestiere del conducente in questi mesi di emergenza sanitaria?

«Non più di tanto, in verità. Quello che si nota, invece, è un maggiore rispetto delle regole da parte dei clienti: a differenza di un tempo, si sale e si scende dalle porte dov’è consentito farlo e a bordo ci si sforza, per quanto possibile, di mantenere il distanziamento. E quando l’autobus è affollato, alcuni scelgono di aspettare la corsa successiva».

La tua linea preferita e quella più impegnativa?

«La linea che preferisco è senza dubbio la 3, perché ha un tragitto panoramico e rilassante e in genere accompagna al mare persone che sono tendenzialmente serene, tranquille. Tra le linee più impegnative scello invece la numero 1, perché attraversa rioni molto affollati dove il traffico è intenso, per cui è necessario guidare in modo ancor più scrupoloso e attento».

Come sono i rapporti fra colleghi?

«Il nostro è un lavoro che ha poche pause e tempi di riposo piuttosto stretti, quindi al di là di un veloce scambio di battute o di un caffè preso al volo, instaurare rapporti di amicizia non è così facile né frequente».

Mediamente lo stile di guida delle donne è più apprezzato rispetto a quello degli uomini: è un tema che ricorre spesso nelle segnalazioni della clientela e che per altro è emerso anche dall’ultima indagine di customer satisfaction. Te lo sai spiegare?

«È probabile che le donne siano per loro stessa natura più tranquille e pazienti: credo che nel nostro mestiere la capacità di gestire in modo equilibrato i clienti più difficili o eventuali imprevisti, che in strada sono sempre possibili, conti molto. E le donne sanno mediamente farlo meglio dei colleghi uomini».

Qual è la domanda più frequente che ti viene rivolta dalla clientela?

«Non ho dubbi: “A che ora la parti?”. Le persone ce lo chiedono anche quando conoscono l’orario di partenza meglio di noi conducenti».

Un appello ai clienti?

«Occorre fare uno sforzo per capire che l’autista fa ogni giorno del proprio meglio per garantire un servizio adeguato e puntuale, ma come in tutti i lavori, anche nel nostro ci sono gli imprevisti, il traffico o mille altre variabili che non sempre si possono controllare, e che a volte hanno la meglio sulla professionalità e sulla buona volontà di ciascuno di noi. Serve pazienza. Pazienza e un po’ di empatia».

Un appello agli autisti più giovani.

«È un lavoro complesso e dai colleghi c’è sempre qualcosa da imparare. È quello che dicevano a me i conducenti anziani quando arrivavano in Trieste Trasporti ed è quello che oggi ripeto ai colleghi più giovani. Guidate con serietà e consapevolezza: siamo al servizio della città e far viaggiare le persone il più serenamente possibile deve essere il nostro obiettivo e la nostra priorità».

Il ricordo più bello e quello meno piacevole da quando sei in azienda.

«Comincio dal primo che risale a qualche anno fa. Era estate ed ero in servizio sulla linea 9. Giunta all’altezza di piazza dell’Unità, aprii le porte e, mentre le persone salivano e scendevano, mi cadde lo sguardo su una coppia di sposini che stava attraversando la strada con il fotografo al seguito. Sembravano diretti al molo Audace e invece, un secondo dopo, mi ritrovai sorridendo in vetture con il fotografo impegnato a scattare fotografie con la complicità degli altri passeggeri. Alla fermata successiva, lui aiutò la sposa a scendere e anche in quel caso il fotografo li ritrasse. Fu un Un appello ai nuovi autisti? Fate tesoro dell’esperienza altrui: il nostro è un lavoro complesso e dai colleghi c’è sempre qualcosa da imparare. E quello che dicevano a me i conducenti anziani quando arrivai in Trieste Trasporti ed è quello che oggi ripeto ai colleghi più giovani»
L'EDITORIALE

Mario Draghi, scelta di prestigio e autorevolezza
Ma ora serve un cambio di passo

DI PIER GIORGIO LUCCARINI

Abbiamo un nuovo Governo. Mario Draghi è certamente la persona più autorevole e prestigiosa per cercare di raddrizzare un paese sull’orlo della disfatta. Dopo mesi di incertezze e scelte sbagliate (alle quali la pandemia ha senz’altro dato un contributo), ci voleva un uomo come il professore per prendere in mano una situazione ammaliata.

Ma non avrà vita facile l’ex presidente della Bce, né la luna di miele con il parlamento durerà a lungo. I partiti sono stati costretti ad accettare l’invito pressante del presidente della Repubblica Mattarella, ma in cuor loro, dopo anni di lotte e incomprensioni, non hanno mai abbandonato le scie. Le parole «mai più con quelli del PD», «mai con quelli di Bibbiani», «ma con Salvini» sono risuonate per troppo tempo per essere dimenticate così in fretta. La stessa composizione del nuovo Governo è frutto di un compromesso istituzionale: il manuale Cencelli è arrivato di fronte al bilancio con cui sono stati scelti ministri, vice ministri e sottosegretari. Draghi ha dimostrato in questo caso grandi abilità politiche. «La squadra che scelgo io» ha fatto capire: ne è uscita una straordinaria amalgama di tecnici e politici, scelti «senza pregiudizi». Secondo una filosofia che nessun dorato di lungo corso avrebbe sapeva applicare meglio. I tecnici, poi, sono tutti di ottima livello: l’impressione è che questo Governo, nelle posizioni che contano, sia quasi una successione della Banca d’Italia.

Ma i guai sono dietro l’angolo e Draghi, già controllato dai media alla soglia della sanità, (si racconta che da giovane avesse amato le merendine), dovrà spendere molto tempo e energie per sanare le dispute tra destra e sinistra. Dopo aver congedato Domenico Arcuri e affidato al generale Francesco Paolo Figliuolo il coordinamento del piano nazionale di vaccinazione, ora la sfida più grande riguarderà la comunicazione: di litigi in televisione e uscite improvvisate e scommodate da parte di virologi e immunologi ne abbiamo più di quelle. Le bollette e lo stile comunicativo del ministro della salute Roberto Speranza, più confacente a un impero di pompe funebri che a uno stato di crisi come quello che stiamo vivendo, certamente non aiuta. Da qui in poi, su vaccini, chiusure e ristori, saranno chiarezza, coerenza e nessuna ambiguità. Cittadini e imprese meritano rispetto e maggiore considerazione. La forza di un Paese passa anche da qui.

I trasporti e le infrastrutture, per venire al nostro settore, sono stati affidati a Enrico Giovannini. Economista, statisticò, accademico di in- dubbio e comprovata esperienza, Giovannini era stato a suo tempo fra i possibili ministri del Movimento 5 Stelle. Fu, per altro, uno dei promotori del reddito di cittadinanza. Oggi speriamo che si dimostrerà all’altezza delle grandi sfide di un settore strategico come quello delle infrastrutture, che ha fame di innovazione, idee e investimenti. L’auspicio è che non prevalga, come spesso è stato in passato, la logica triestina del “no se poi”. La mobilità, che è un campo dove nel mondo si stanno concentrandoci enormi sfide (dal elettrico alla guida autonoma), ha bisogno di essere profondamente ripensata e non basterà un super ministero della transizione ecologica per sciogliere i tanti nodi italiani. Ci affidiamo a Draghi, al santo Draghi, e contiamo che questa sia la volta buona.
GIÀ FUNZIONANTI IN VIA DELL’ISTRIA, VIA ZORUTTI, VIA GIULIA, VIA DEI SONCINI E VIA UDINE

ORARI ELETTRONICI

Iniziate a febbraio le prime installazioni: entro l’anno saranno 160 le fermate equipaggiate sul territorio

I dispositivi consentono di fornire informazioni in tempo reale sul servizio e sui prossimi passaggi

DI ANNAISA GOMEZEL

È iniziata a febbraio l’installazione dei primi orari elettronici a Trieste, con una ventina di fermate già equipaggiate al momento di scrivere queste righe: da via dell’Istria a via Zorutti, da via Giulia (di fronte al centro commerciale) a via dei Soncini, da via Udine a piazza della Libertà. Nei prossimi mesi il numero crescerà progressivamente e alla fine saranno 160 i dispositivi installati sul territorio.

Grandi su per giù come un foglio A4, con un display di 13 pollici, i nuovi orari elettronici sono collocati sui pali di fermata ad altezza uomo, e assicurano un’ottima leggibilità anche sotto il sole e un consumo ridottissimo di energia. La tecnologia è quella dell’inchiostro elettrofotografico (la stessa usata per gli e-book), che rimane impresso sui display anche in assenza di energia elettrica (contrariamente a quanto accade per altri tipi di schermi).

DISPLAY RETROILLUMINATO

Tutti i dispositivi sono dotati di Sim, che consente di fornire in tempo reale (le paline si aggiornano ogni minuto) informazioni sui tempi di attesa, sugli orari dei prossimi passaggi e notizie aggiornate su perturbazioni, ritardi e modifiche di percorso. Tramite il codice QR presente sul display, le paline consentono inoltre di ottenere direttamente sul proprio smartphone maggiori informazioni sulla fermata e sulla posizione degli autobus. Nella fascia bassa dello schermo sono poi visualizzati gli indirizzi delle più vicine rivendite di biglietti.

Le paline elettroniche installate finora sono collegate all’alimentazione elettrica, ma sono concepite come dispositivi eco-friendly in grado di alimentarsi autonomamente anche tramite un modulo fotovoltaico. Di sera e di notte i display si retroilluminano per garantire, anche in assenza di luce, un facile accesso alle informazioni.

I dispositivi adottano una tecnologia che si chiama optical bonding: sopra il pannello è collocata una lente che consente da un lato di eliminare i riflessi e incrementare il contrasto e, dall’altro, di proteggere il display da impatti frontalì o atti vandalici.

INNOVAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE

Nella fase iniziale, i dispositivi non sostituiranno gli orari cartacei ma conviverranno con essi: quando invece la tecnologia sarà consolidata, le paline elettroniche rimpiazzheranno la carta (rendendo gli orari più facilmente comunicabili anche in presenza di modifiche, oppure nel passaggio tra l’orario estivo e quello invernale). L’installazione delle paline a inchiostro elettronico - dopo i monitor di bordo, i con-tapassagere e la videosorveglianza su tutti i mezzi - mostra una volta di più la propensione di Trieste Trasporti per l’innovazione e le nuove tecnologie. Il servizio diventa così sempre più customizzato e accessibile.

Sopra, due immagini delle paline elettroniche installate in piazza della Libertà e a San Giacomo. A sinistra, l’installazione di un dispositivo in una immagine inviata dal giovane cliente Simone Sorgiovanni
ECO-DRIVING
COSÌ LA GUIDA
DIVENTA PIÙ RESPONSABILE
E SOSTENIBILE

Il progetto riguarda tutte le aziende del gruppo Arriva e permetterà di ridurre i consumi, le emissioni in atmosfera e gli interventi manutentivi

DI IVO BORRI

Da due anni all'interno delle aziende del gruppo Arriva ha preso avvio un progetto che riguarda il mondo dei conducenti e, nella fattispecie, il loro stile di guida. Si chiama Driving Arriva ed è un progetto il cui scopo è ridurre le emissioni di CO₂ e il consumo di carburante. Analisi e ricerche hanno infatti dimostrato che tale obiettivo è raggiungibile con una guida più responsabile e attenta. In questo modo aumenta anche la sicurezza.

I cosiddetti sistemi eco-guida consentono ai conducenti di guidare in maniera più ecológica, diminuendo la velocità, impostando la marcia più corretta in relazione ai giri del motore ed eseguendo accelerazioni e decelerazioni meno violente.

I conducenti delle società che fanno parte di Arriva Italia sono stati formati su come utilizzare la loro guida al fine di ridurre le emissioni inquinanti in atmosfera, determinando per altro anche una diminuzione dei sinistri e degli interventi manutentivi, e permettendo di ottenere ulteriori benefici nei confronti dei passeggeri e dell'ambiente.

La soluzione adottata dal gruppo si basa su un sistema sviluppato dalla TomTom Telematics, denominato OptiDrive 360. OptiDrive incoraggia i conducenti ad assumere una guida più eco-friendly, soprattutto attraverso l’analisi delle proprie performance tramite un portale denominato Webfleet, che mette a disposizione dati relativi ai consumi, alla velocità, alle frenate brusche e al tempo in cui il veicolo rimane in moto ma senza essere in movimento.

UN CRUSCOTTO DIGITALE PER AIUTARE LA GUIDA
La tecnologia si compone di quattro dispositivi: il primo, quello di rilevamento dei veicoli, si chiama TomTom Link 510; il secondo, il TomTom Link 105, è invece un piccolo apparecchio che raccolgono informazioni sul consumo di carburante, sulle emissioni di CO₂ e su eventuali problemi al motore; poi c'è il TomTom Pro 7250, che è il terminale dove vengono visualizzate le indicazioni che servono al conducente per guidare in modo più sostenibile; infine c'è l'applicazione browser denominata Webfleet, che consente di visualizzare i cruscotti delle performance e di gestire la flotta aziendale tramite internet.

MIGLIORAMENTO CONTINUO
In Trieste Trasporti si è ormai conclusa la parte formattiva, mentre sono in fase avanzata i test dei dati rilevati dalle centraline installate sui mezzi, che – in base ai modelli – hanno richiesto alcuni adeguamenti nelle interfacce di serie per consentire una più precisa lettura delle informazioni, indispensabile per un'analisi corretta dei dati e per la produzione della relativa reportistica. Sono stati inoltre istruiti degli eco-coach che affiancheranno e formeranno il personale anche negli anni a seguire, intervenendo in particolare sui conducenti con le performance meno buone, in un'ottica di continuo miglioramento. Attraverso lo studio degli indicatori, il dialogo con il personale e la formazione continua si auspica di offrire ai conducenti uno strumento di auto-analisi del proprio lavoro, che permetta loro di conoscere e analizzare le proprie prestazioni e che inneschi azioni di auto-correzione laddove necessario.

PER SAPERNE DI PIÙ
www.webfleet.com
le vostre foto
DIGITALIZZAZIONE

**Biglietti acquistati con l’app MyCicero: da marzo convalida obbligatoria con QR code**

Da marzo i biglietti del servizio urbano di Trieste acquistati tramite l’app MyCicero dovranno essere attivati, non appena saliti a bordo, inquadrando il codice QR presente all’interno di tutti gli autobus, come già accade con i biglietti acquistati con la mobile app di Tpl Fvg. La durata del biglietto scatterà automaticamente dal momento in cui, con l’app, sarà inquadrato il codice QR.

Si ricorda, a questo proposito, che i biglietti elettronici devono sempre essere acquistati prima di iniziare il viaggio e bisogna quindi esserne già in possesso quando si sale a bordo: acquistare o attivare il biglietto in ritardo o dopo la salita a bordo del personale di verifica è, senza eccezioni, una condotta passibile di sanzione. La mobile app di MyCicero in Friuli Venezia Giulia è attiva esclusivamente per i servizi erogati da Trieste Trasporti.

**DOMANDE E RISPOSTE**

**La mascherina è obbligatoria sia a bordo e sia alle fermate: la sanzione è di 533 euro**

Ci sono persone che sugli autobus viaggiano senza mascherina: si tratta di un obbligo o di una facoltà?

La mascherina sui mezzi del servizio di trasporto pubblico locale è sempre obbligatoria per l’intera durata del viaggio: deve essere correttamente indossata e deve adeguatamente coprire naso e bocca. La polizia locale e le forze di polizia eseguono quotidiani controlli su tutta la rete, anche in borghese. La sanzione in misura ridotta per chi viaggia senza mascherina è di 533,33 euro (373,33 se si paga entro il quinto giorno). Sono esenti dall’indossare la mascherina le persone con disabilità o con problemi medici certificati che ne impediscono l’uso.

La mascherina è obbligatoria anche quando si è in attesa alla fermata?

Sì, la mascherina va sempre indossata anche nelle autostazioni e alle fermate, soprattutto in presenza di altre persone. Prima che essere un obbligo, si tratta di una regola di buon senso e di un atto di rispetto per chi ci sta accanto.

**SISTEMA DI PRENOTAZIONE**

**In biglietteria senza file né attese con la mobile app CodaQ**

Da alcuni mesi è operativo un nuovo sistema per accedere alla biglietteria di Trieste Trasporti e agli uffici responsabilità civile e relazioni con il pubblico. Il sistema consente, per qualunque operazione si intenda svolgere, di prenotare un appuntamento ed evitare attese o code agli sportelli. Prenotare è facilitissimo e lo si può fare sia via web e sia tramite telefono o mobile app dedicata.

**PRENOTAZIONI VIA WEB**

Per prenotare via web è sufficiente collegarsi al sito internet aziendale (www.triestetrasporti.it), accedere alla pagina dedicata e selezionare il servizio per il quale si intende prenotare un appuntamento. Dopo di che occorre selezionare una data e un orario tra quelli disponibili e indicare il proprio nome e cognome in corrispondenza del campo «dente» (il nome e il cognome indicati serviranno agli operatori a identificanci quando sarà il vostro turno). Se lo si ritiene utile o necessario, si può inserire una nota nel relativo campo. Una volta confermata la richiesta, compariranno il giorno e l’ora dell’appuntamento, il servizio prescelto e il codice di prenotazione assegnato.

Per accedere agli uffici responsabilità civile e relazioni con il pubblico l’appuntamento è obbligatorio. Per tutti gli altri servizi la prenotazione non è obbligatoria ma consente di evitare file e attese.

**PRENOTAZIONI VIA TELEFONO E VIA APP**

Per prenotare via telefono, si può chiamare il numero verde di Tpl Fvg 8000052040 (da rete fissa) oppure il numero 0481159568 da rete mobile. Per prenotare via app, invece, occorre prima di tutto scaricare l’app CodaQ sul proprio dispositivo. L’app è disponibile sia per sistemi Android che per sistemi iOS. Una volta installata la mobile app, bisogna selezionare «Trieste» e successivamente, la voce «trasporto pubblico». A quel punto si può scegliere il servizio per il quale si intende prenotare un appuntamento e una data e un orario tra quelli disponibili.

**DOPO LA NUOVA SOSPENSIONE DELL’ATTIVITÀ DIDATTICA IN PRESENZA**

**Abbonamenti, rimborsi non previsti**

Sono numerose, nelle ultime settimane, le richieste di rimborso degli abbonamenti al servizio dopo la nuova sospensione dell’attività didattica in presenza. Oggi tuttavia, a differenza di quanto accadde durante il lockdown, non esistono disposizioni di legge che disciplinino il risarcimento dei titoli. I precedenti rimborsi erano infatti contemplati dall’articolo 215 del decreto legge n. 34 del 2020, e facevano espresso riferimento alle misure di limitazione della circolazione attuate tra marzo e maggio dello scorso anno. Quindi, in assenza di norme che riconoscano il diritto al risarcimento per periodi diversi da quello sopra indicato, l’azienda non può soddisfare nuove richieste.