

Cosa vediamo?



Trasporti comunali/ intercomunali

più
concorrenza + diritti

Nobody's Unpredictable



Job n. 31486IZ01



Indice

- *Metodologia*
- *Il campione*

- **Il settore di attività in generale**
- **Indici e aree tematiche**
- **Considerazioni sul D.L. Bersani sulle privatizzazioni**

- **Commento**



Metodologia/1

Ambiti commerciali interessati: in totale 10 e cioè

- Servizi professionali
- Distribuzione commerciale
- Produzione pane
- Distribuzione farmaci al pubblici
- Servizio taxi
- Beni mobili registrati
- Responsabilità civile auto
- Prodotti agro alimentari
- Settore bancario e creditizio
- **Trasporto comunale e intercomunale**

Numerosità campionaria ed estensione territoriale:

Per ogni ambito commerciale (mercato oggetto di osservazione) sono state effettuate 2 interviste nei 103 comuni capoluogo di provincia, con sovracampionamento dei grandi centri.

Ogni mercato è composto di 244 interviste

Complessivamente, nel totale dei 10 settori, 2440 interviste

Tecnica di rilevazione: intervista personale presso il luogo di lavoro condotta tramite l'ausilio del PC (CAPI).

Metodo di raccolta delle informazioni: intervista diretta agli intervistati e osservazioni oggettive da parte degli intervistatori (orari di apertura tramite gli orari esposti e rilevazione dei prezzi di prodotti di uso comune)



Metodologia/2

Variabili oggetto di osservazione:

Declinazione in 6 aree tematiche e cioè:

- Offerta
- Prezzi
- Pubblicità e comunicazione
- Contratti
- Orari
- Autodisciplina-customer care

La ponderazione dei risultati:

Al fine di rappresentare correttamente le proporzioni territoriali italiane, i dati sono stati ponderati secondo i seguenti parametri

→ Popolazione della provincia

→ Area geografica per ampiezza centri

In maniera da poter garantire una corretta lettura a livello nazionale, di macro regioni (nord ovest- nord est- centro – sud/Isole) e per centri di maggiore, media, minore dimensione.



Metodologia/3

Gli indici di “performance”

Per ogni area tematica analizzata sono stati costruiti degli “indici di performance” analizzabili sia a livello di singolo mercato che, trasversalmente, rispetto all’area territoriale e ai diversi mercati analizzati.

Il valore dell’indice è funzione dello scarto tra valori positivi (aumento/miglioramento) e valori negativi (diminuzione/ peggioramento); quanto più è alto il valore dell’indice tanto più è elevata la percezione dell’incremento registrato per la variabile esaminata. Se l’indice ha valore negativo significa che, nella percezione degli intervistati, è prevalente la sensazione di peggioramento/ diminuzione per il fenomeno considerato.

Il range entro cui sono compresi i valori dell’indice va da +100 a –100. I valori prossimi allo zero indicano differenze poco significative tra la percezione positiva e negativa.

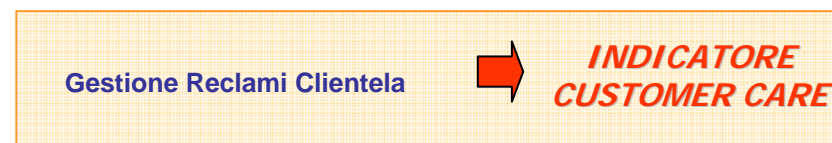
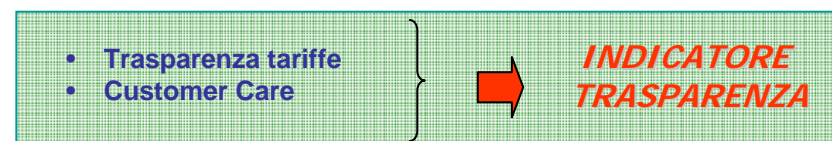
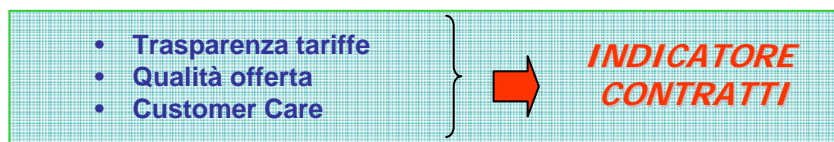
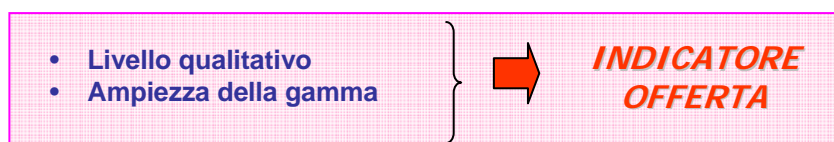
Nella pagina successiva una tabella esemplificativa.



Metodologia: il metodo di costruzione dell'indice di performance

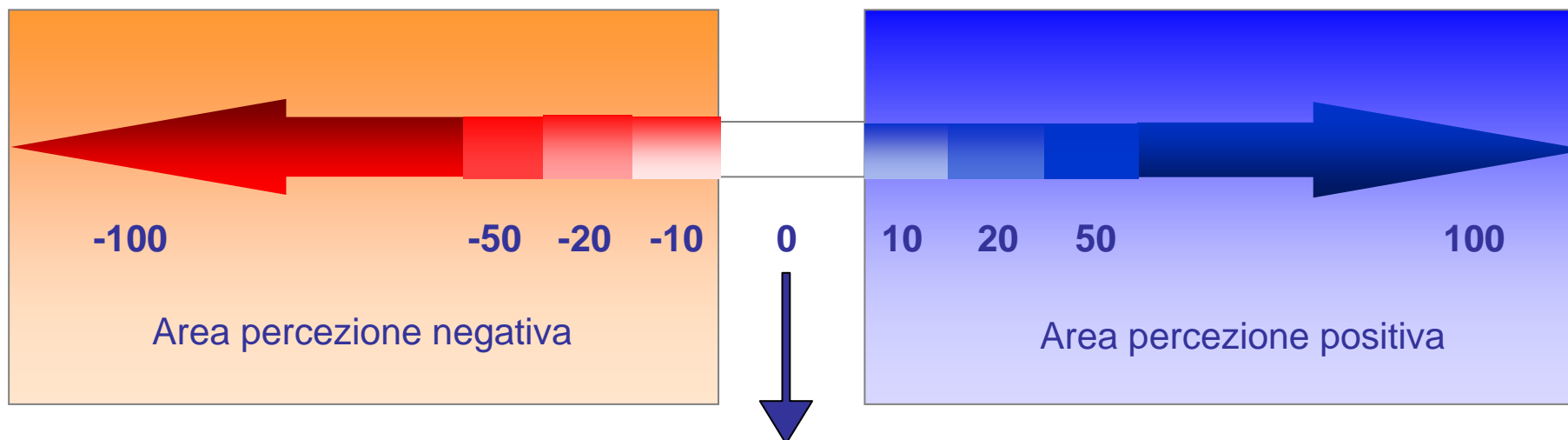
Gli indici di performance rappresentano indicatori sintetici che permettono di identificare l'andamento del mercato nel suo complesso per mezzo del monitoraggio delle aree tematiche più rilevanti.

Dal punto di vista operativo gli indici sono il risultato di un aggregato di variabili o dell'indicizzazione di variabili singole. Di seguito una tabella esemplificativa del metodo di costruzione





Metodologia: i valori dell'indice



<i>Legenda</i>	<i>Valore Indice</i>
Completamente peggiorato	-100
Molto peggiorato	-50
Abbastanza peggiorato	-20
Lievemente peggiorato	-10

Nessuna variazione

<i>Legenda</i>	<i>Valore Indice</i>
Completamente migliorato	+100
Molto migliorato	+50
Abbastanza migliorato	+20
Lievemente migliorato	+10



Il campione intervistato



I soggetti coinvolti

Al fine di interpretare correttamente l'effetto delle liberalizzazioni nei mercati considerati, sono stati intervistati due tipi di soggetti:

I **LIBERALIZZATI**, cioè coloro che sono stati direttamente coinvolti dal processo di liberalizzazione in quanto facenti parte della categoria professionale interessata dal processo di liberalizzazione.

GLI **OSSERVATORI** cioè i soggetti che, pur non essendo direttamente coinvolti nel processo di liberalizzazione poiché non appartenenti al mercato liberalizzato, ne hanno indirettamente potuto constatare gli effetti e fornire quindi informazioni da una prospettiva "privilegiata".

Nel mercato oggetto di osservazione gli intervistati appartengono alla categoria **OSSERVATORI**:



122 Associazioni categorie/ cittadini che ha a che fare con i trasporti pubblici (es. Pro loco, associazioni sportive, scout, ecc.)



122 Amministratori pubblici/ dirigenti comunali/ responsabili CCIAA o Ass. artigiani (responsabili in materia trasporti)



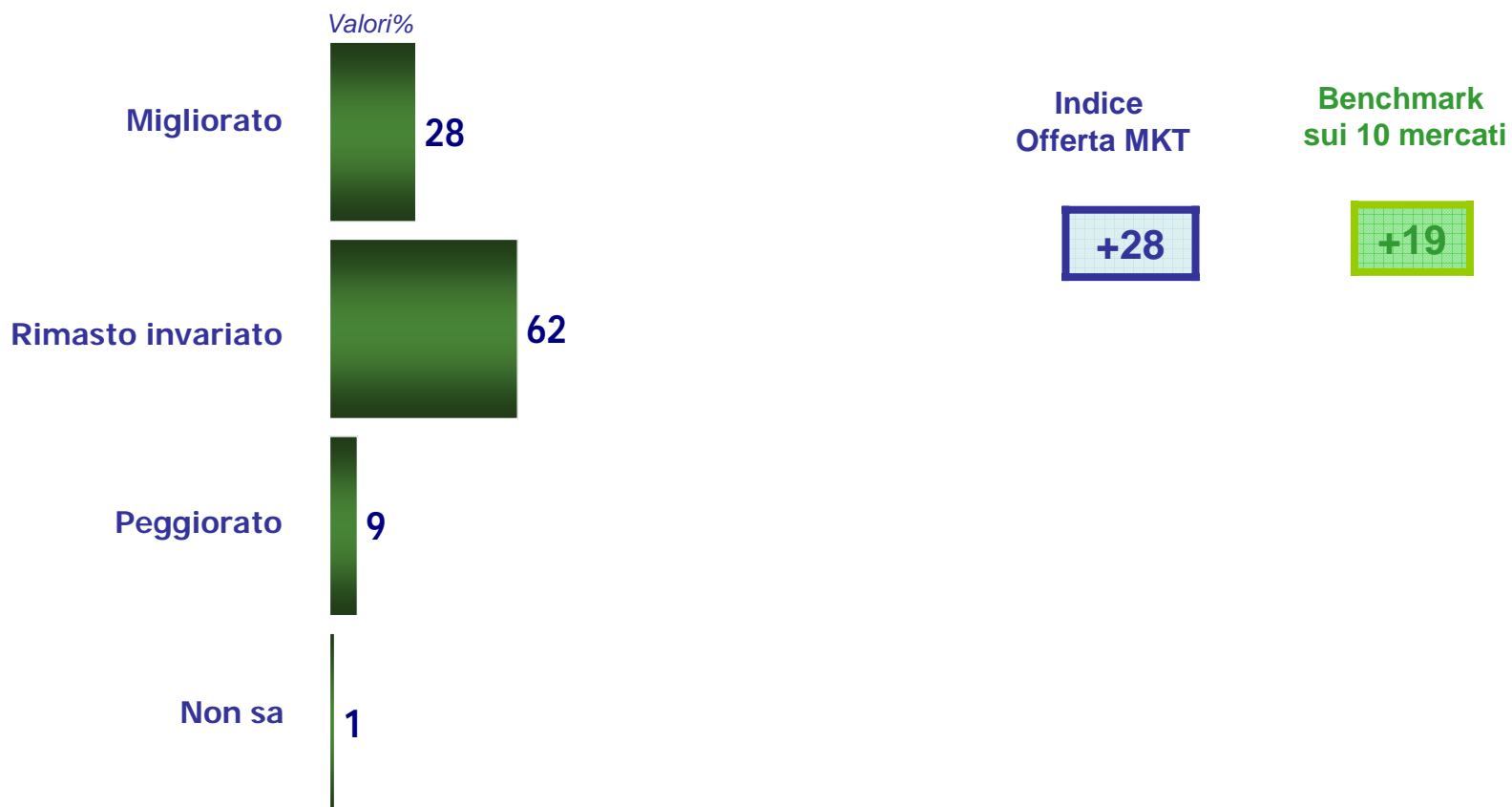
Il settore di attività in generale



Qualità dell'offerta

– totale Italia

Dom. 2 Direbbe che il livello qualitativo dell'offerta nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale, rispetto ad un anno fa, è migliorato, invariato o peggiorato? Non faccia riferimento alla sua esperienza personale ma risponda in base alla sua opinione in generale.



Base: totale intervistati (244)



Qualità dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 2 Direbbe che il livello qualitativo dell'offerta nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale, rispetto ad un anno fa, è migliorato, invariato o peggiorato? Non faccia riferimento alla sua esperienza personale ma risponda in base alla sua opinione in generale.

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Migliorato	23	28	34	29	29	23	34
Rimasto invariato	69	68	50	59	66	68	49
Peggiorato	8	-	13	12	5	7	14
Non sa	-	4	3	-	-	2	3
Indice Offerta MKT	23	33	31	27	28	24	33

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.

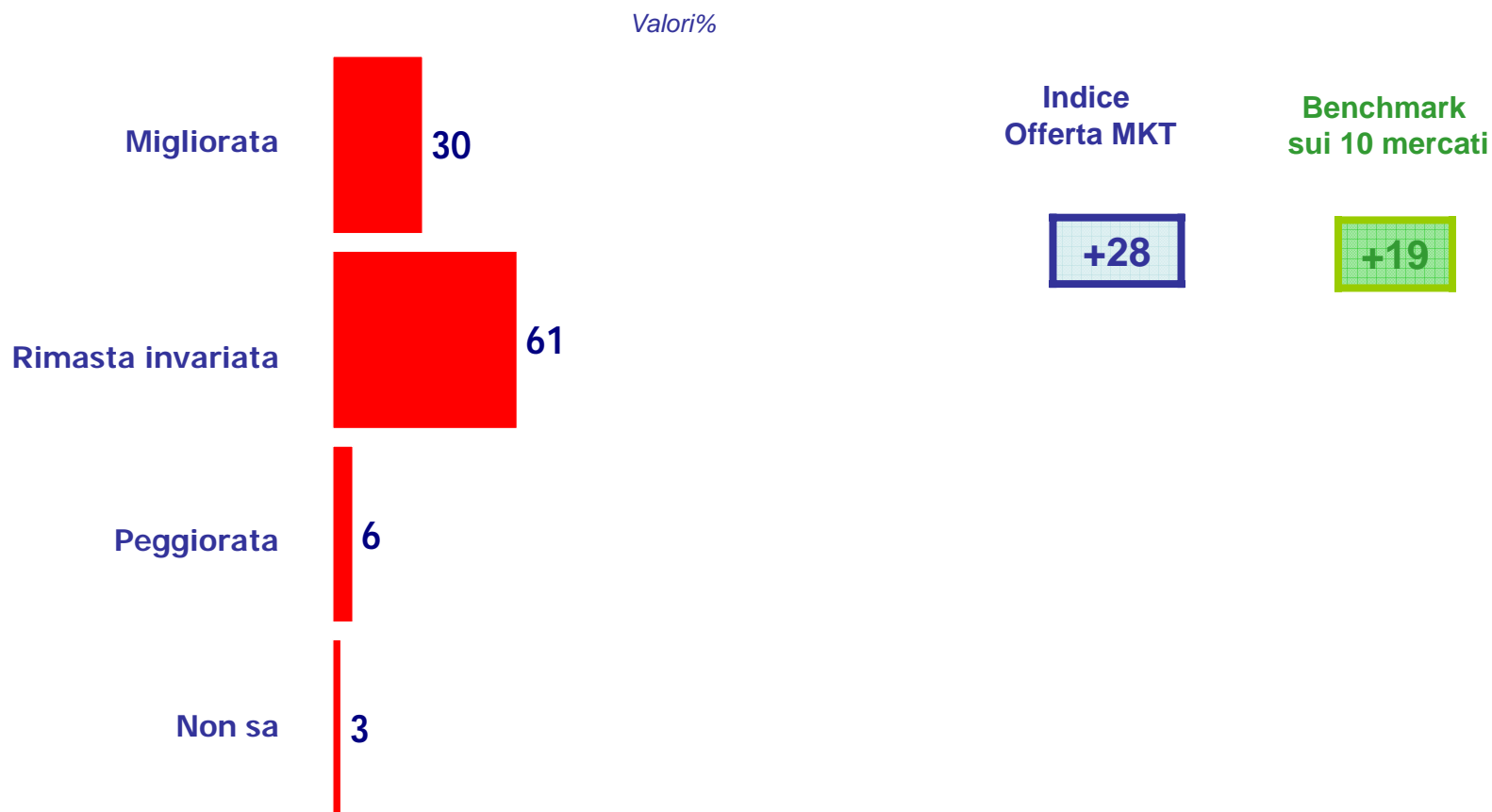
Base: totale intervistati (244)



Ampiezza dell'offerta

– totale Italia

Dom. 4 E sempre nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale, lei direbbe che l'ampiezza dell'offerta, cioè il numero di servizi e proposte offerte alla clientela è...



Base: totale intervistati (244)



Ampiezza dell'offerta

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 4 E sempre nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale, lei direbbe che l'ampiezza dell'offerta, cioè il numero di servizi e proposte offerte alla clientela è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Migliorato	24	38	32	29	29	26	36
Rimasto invariato	66	55	62	61	64	64	53
Peggiorato	6		6	10	6	5	9
Non sa	4	7	-	1	1	5	2
Indice Offerta MKT	23	33	31	27	28	24	33

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.

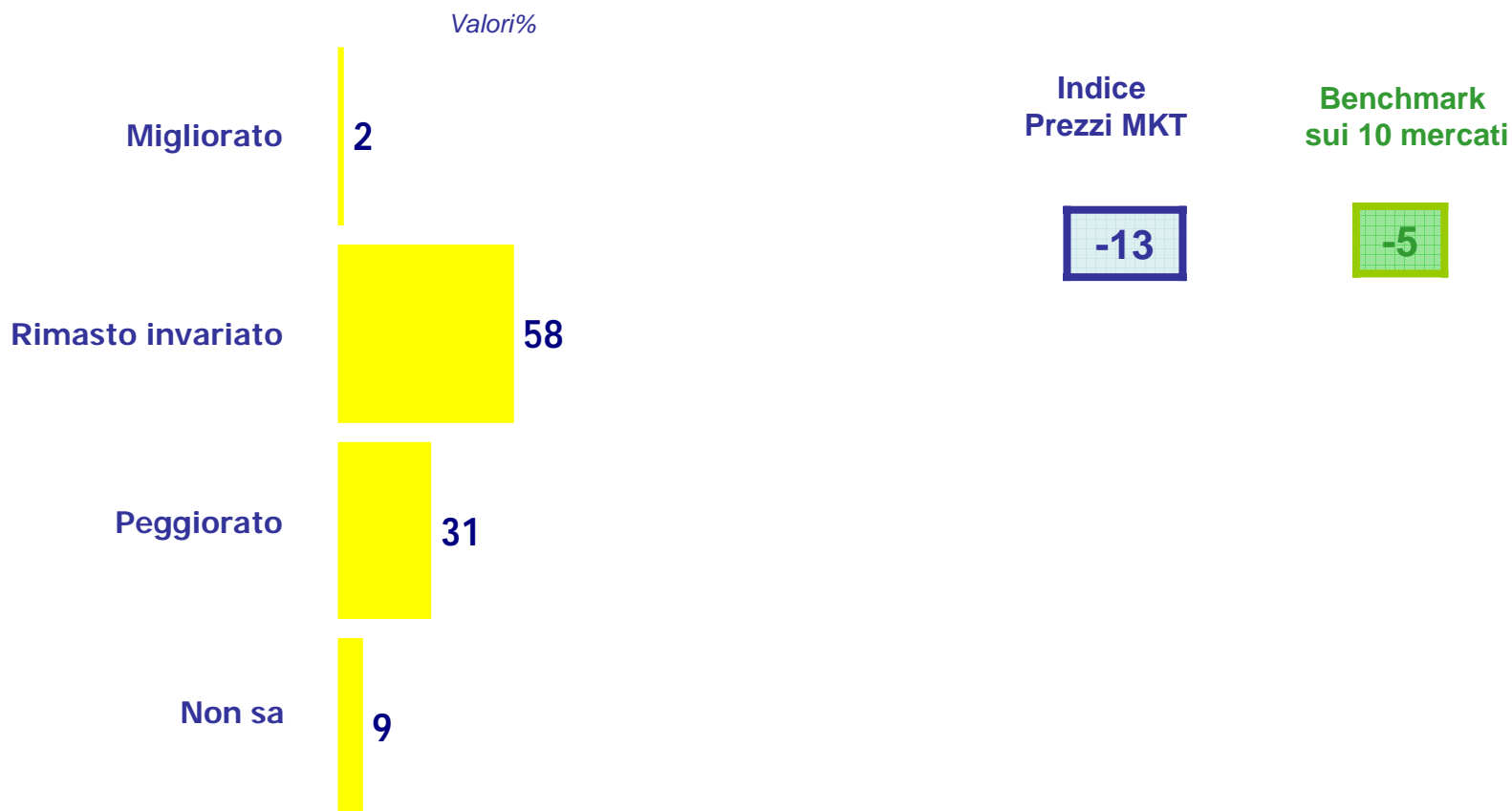
Base: totale intervistati (244)



Livello dei prezzi – totale Italia



Dom. 6 E riguardo ai prezzi applicati per il consumatore nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale, lei direbbe che il livello dei prezzi è...



Base: totale intervistati (244)



Livello dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 6 E riguardo ai prezzi applicati per il consumatore nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale, lei direbbe che il livello dei prezzi è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Migliorato	4	3	2	-	4	4	-
Rimasto invariato	57	52	58	63	59	50	69
Peggiorato	32	31	31	30	24	36	27
Non sa	7	14	9	7	13	10	4
Indice Prezzi MKT	-9	-19	-19	-19	-8	-18	-16

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.

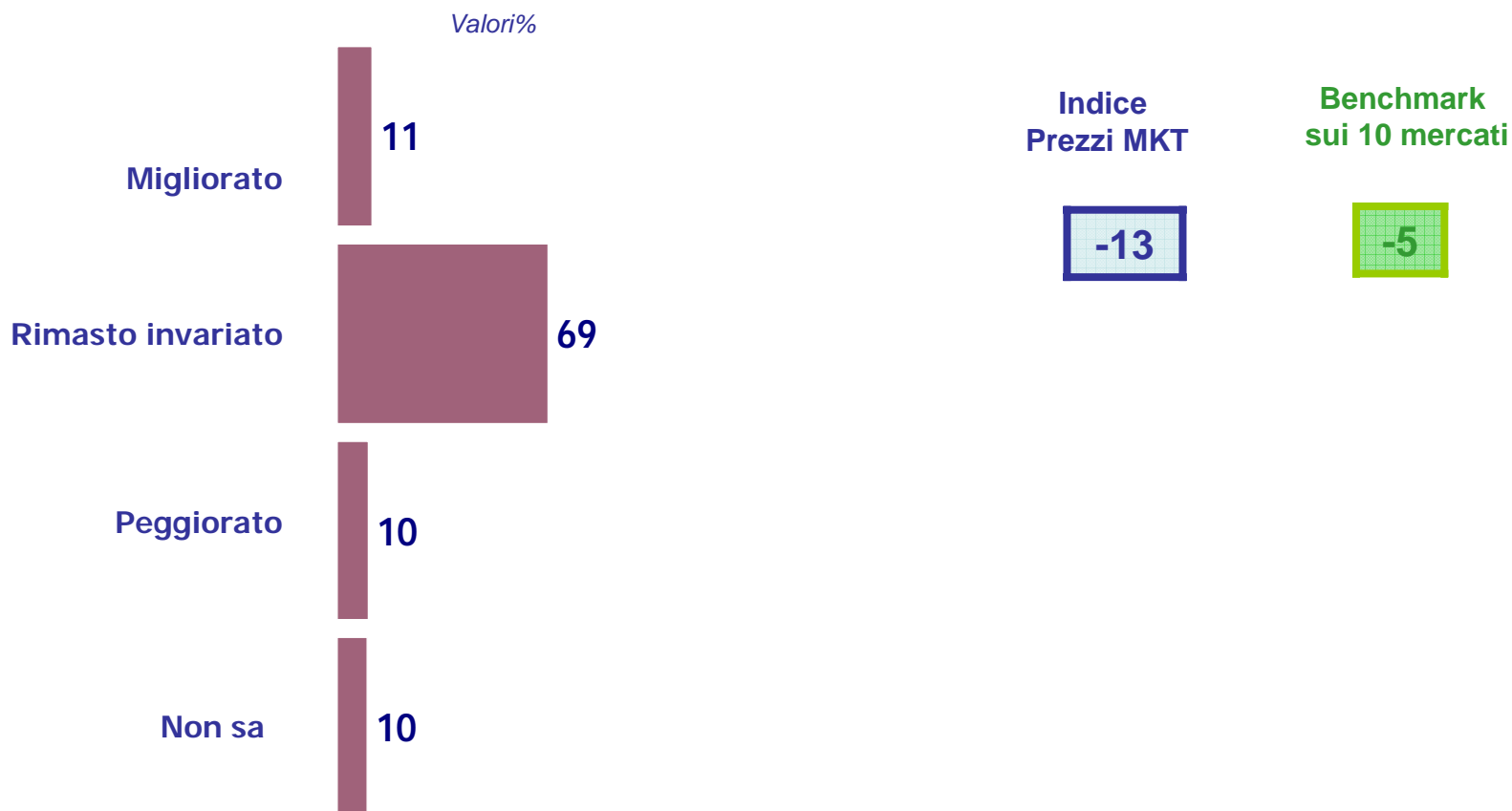
Base: totale intervistati (244)



Trasparenza dei prezzi – totale Italia

STUDENTI 90	0,00
FRANCESCO 04	3,00
ETER SPORI	4,00
BONAL SPERA	0,00
Subtotale	0,00
TOTALE euro	0,00
(Eur I+L 1935,20)	
Peri e L 19,00?	
Euro	
Euro	10,00
Resta	1,12
Peri e L 2,000	
1909 8004 0000000	
05/07/07 14-35 Nr. 487	

Dom. 8 Rimanendo sempre in tema di prezzi e tariffe, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il livello di trasparenza dei prezzi applicato nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale è...



Base: totale intervistati (244)



Trasparenza dei prezzi

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 8 Rimanendo sempre in tema di prezzi e tariffe, lei direbbe che, rispetto ad un anno fa, il livello di trasparenza dei prezzi applicato nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale è...

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Migliorato	14	8	13	10	9	10	12
Rimasto invariato	72	68	64	70	72	69	67
Peggiorato	3	11	15	12	4	10	13
Non sa	11	13	8	8	15	11	8
Indice Prezzi MKT	-9	-19	-19	-19	-8	-18	-16

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.

Base: totale intervistati (244)

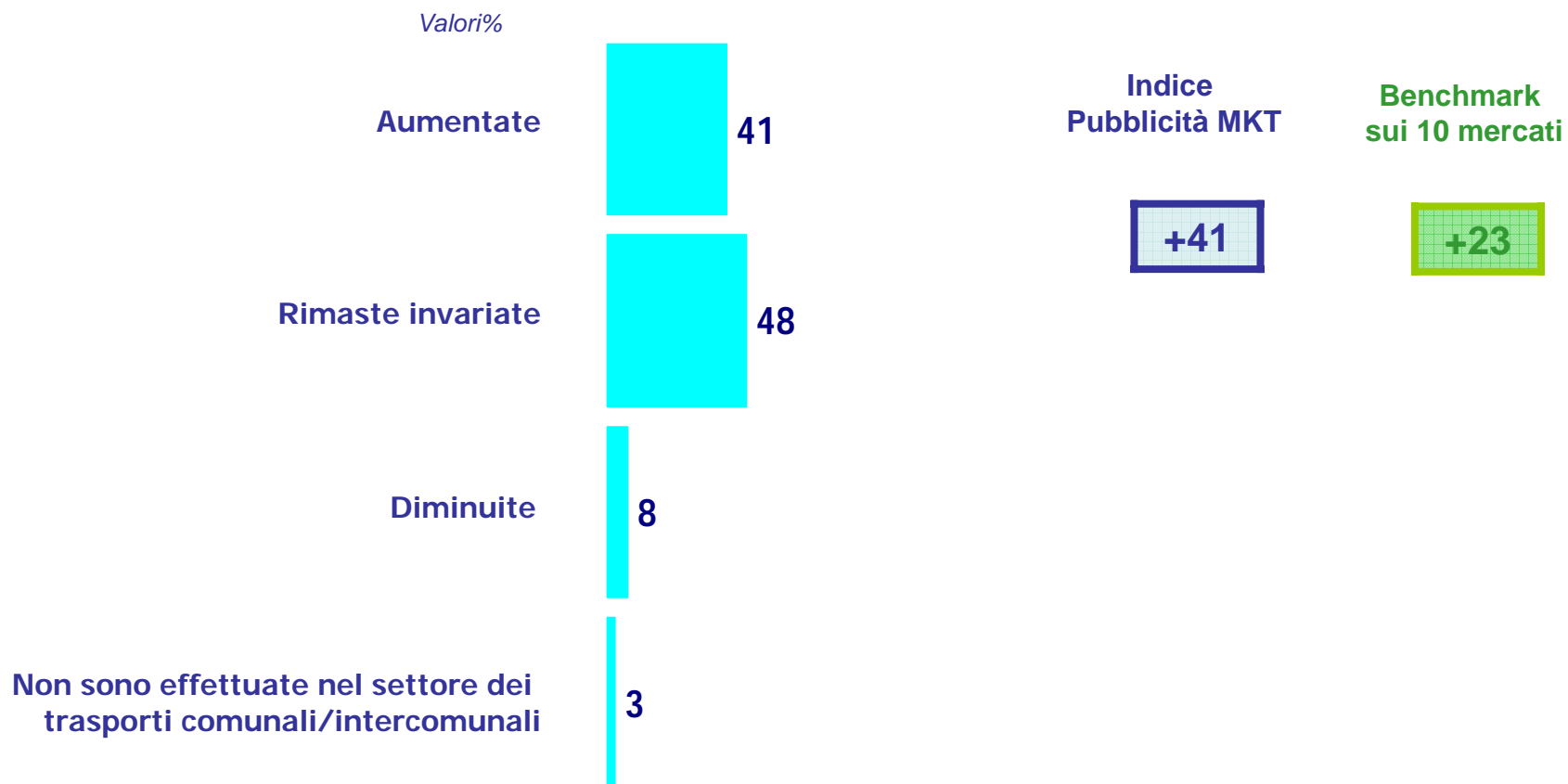


Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– totale Italia

PUBBLICITÀ

Dom. 10 Parlando di iniziative pubblicitarie in relazione al trasporto comunale/ intercomunale, lei direbbe che le iniziative pubblicitarie sono...



Base: totale intervistati (244)



Iniziative pubblicitarie e di comunicazione

– analisi per le principali variabili territoriali

PUBBLICITÀ

Dom. 10 Parlando di iniziative pubblicitarie in relazione al trasporto comunale/ intercomunale, lei direbbe che le iniziative pubblicitarie sono...

Valori%

	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Aumentate	43	54	47	30	33	42	43
Rimaste invariate	53	38	41	54	47	51	45
Diminuite	4	-	7	14	15	4	7
Non effettuate	-	8	5	2	5	3	5

Indice Pubblicità MKT	43	54	47	26	30	42	42
-----------------------	----	----	----	----	----	----	----

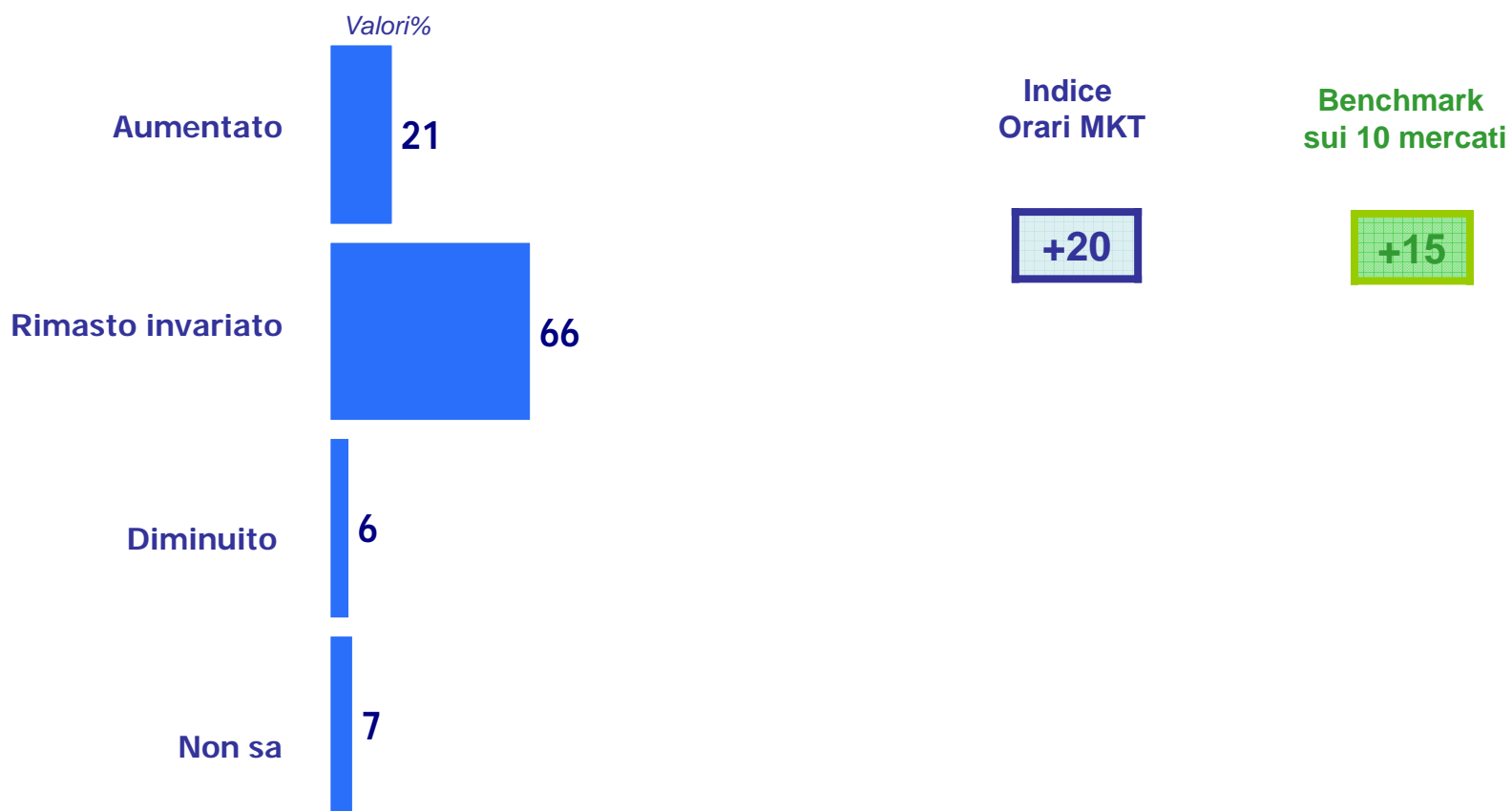
* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.



Orari di servizio – totale Italia



Dom. 13 E relativamente agli orari di servizio, secondo lei, rispetto ad un anno fa, direbbe che il numero TOTALE delle ORE SETTIMANALI nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale è...?



Base: totale intervistati (244)

Orari di servizio

– analisi per le principali variabili territoriali



Dom. 13 E relativamente agli orari di servizio, secondo lei, rispetto ad un anno fa, direbbe che il numero TOTALE delle ORE SETTIMANALI nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale è...?

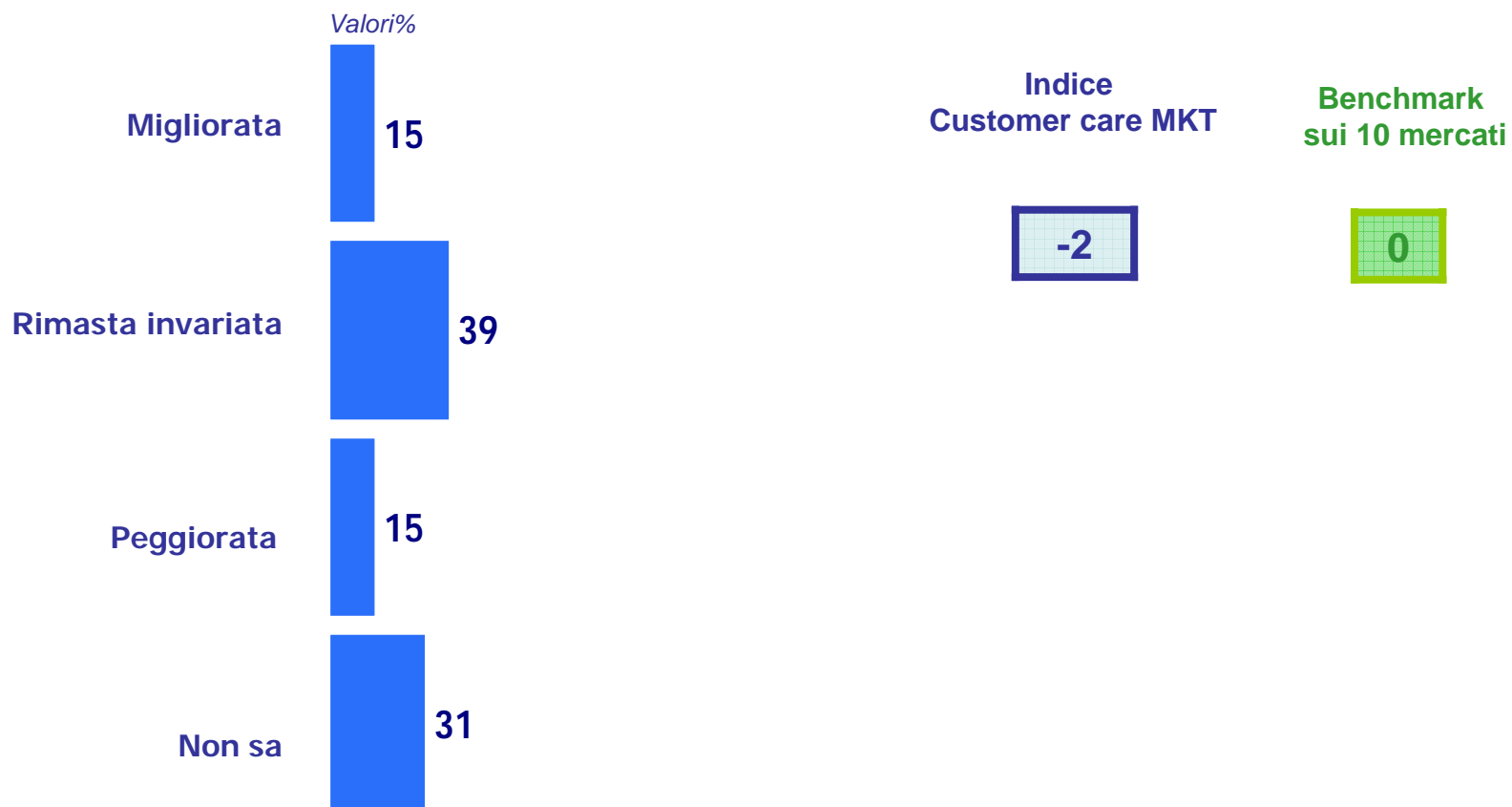
Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Aumentato	16	16	31	20	22	19	23
Rimasto invariato	76	62	51	68	64	70	57
Diminuito	6	-	14	6	9	3	12
Non sa	2	22	4	6	5	8	8
Indice Orari MKT	15	16	28	20	20	19	19

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.



La gestione dei reclami dei clienti – totale Italia

Dom. 17 Parlando della gestione dei reclami dei clienti, lei direbbe che – rispetto ad un anno fa – la situazione nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale è...



Base: totale intervistati (244)



La gestione dei reclami dei clienti

– analisi per le principali variabili territoriali

Dom. 17 Parlando della gestione dei reclami dei clienti, lei direbbe che – rispetto ad un anno fa – la situazione nell'ambito del trasporto comunale/ intercomunale è....

Valori%	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
Migliorata	15	12	13	16	13	17	6
Rimasta invariata	35	40	38	42	42	38	41
Peggiorata	9	8	27	16	12	9	23
Non sa	41	40	22	26	33	36	30
Indice Customer care MKT	12	9	-24	3	4	15	-22

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.

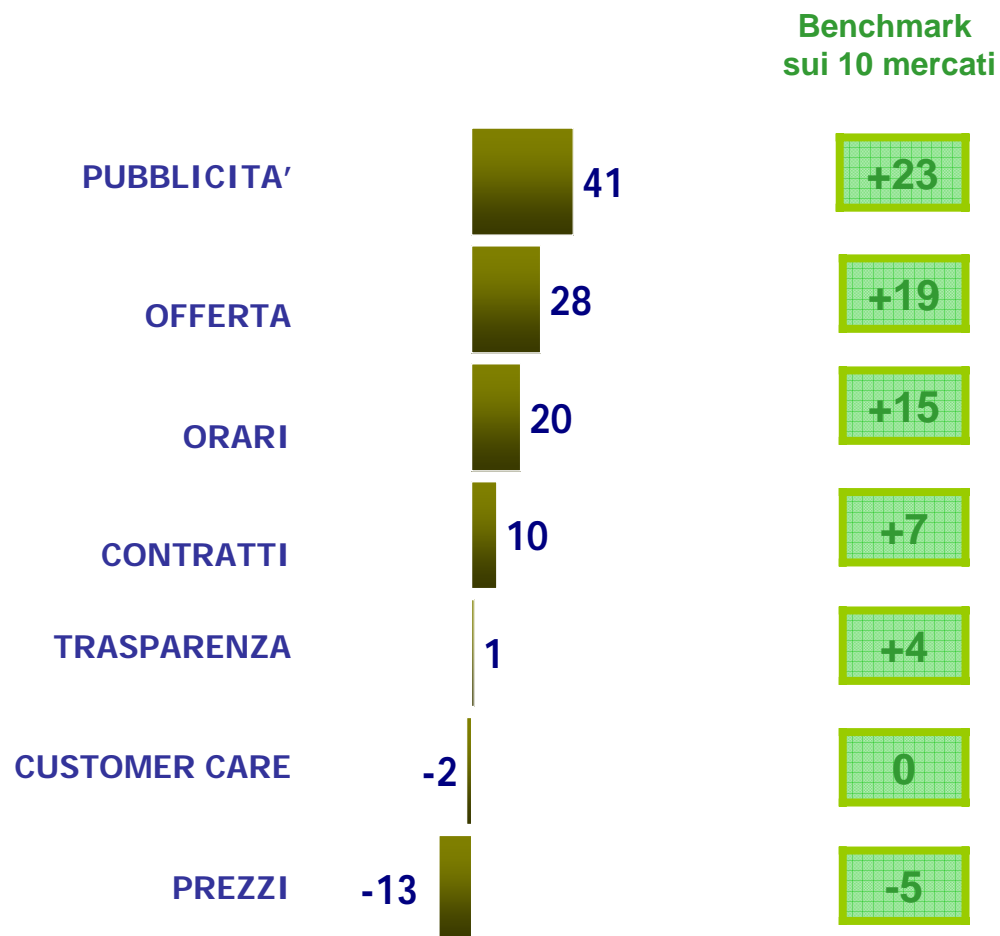


Indici e aree tematiche



Riepilogo indici e aree tematiche

– totale Italia





Riepilogo indici e aree tematiche

– analisi per le principali variabili territoriali

	Area Geografica				Ampiezza Centri		
	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud/Isole	Fino a 70mila ab.	70-250mila ab.	>250mila ab.
PUBBLICITA'	-53	-38	-41	-54	30	42	42
OFFERTA	23	33	31	27	28	24	33
ORARI	15	16	28	20	20	19	19
CONTRATTI	16	10	0	7	13	12	2
TRASPARENZA	13	1	-15	-2	6	7	-13
CUSTOMER CARE	12	9	-24	3	4	15	-22
PREZZI	-9	-19	-19	-19	-8	-18	-16

* Non viene presentata l'analisi per zone cittadine in considerazione del fatto che, per la tipologia di soggetto intervistato, si ha una elevata concentrazione di zone centrali.



Considerazioni sul DL. Bersani sulle privatizzazioni



Principali considerazioni spontanee sul decreto Bersani

Valori %
PRINCIPALI CITAZIONI

VALUTAZIONI POSITIVE (GRAN NET)	15
IN GENERALE (NET NET)	8
<i>Commenti generici (net)</i>	5
Ha migliorato lo stato attuale delle cose	2
E' un decreto positivo/e' giusta la liberalizzazione	1
Migliora la qualita' dell'offerta	1
<i>Concorrenza (net)</i>	4
Maggiore concorrenza (subnet)	2
Prezzi/tariffe/costi (subnet)	2
Liberalizzazione delle licenze (subnet)	1

SETTORE ECONOMICO SPECIFICO (NET NET)	10
Taxi (subnet)	7
Liberalizzazione delle licenze	3
Possibilita' di usare diversamente i taxi/aumentato no. autovetture private	4
Mezzi (subnet)	4
Più mezzi/incremento dei mezzi pubblici	2
Risono mezzi aggiuntivi (navette/ecobus/gestione trasporto disabili/alunni)	2
E' aumentata la frequenza di passaggio dei mezzi circolanti	1
Circolazione stradale (subnet)	2
Più servizi a livello territoriale	2
E' migliorata la viabilita' sulle strade	1

VALUTAZIONI NEUTRALI (GRAN NET)	54
Nessun cambiamento/tutto come prima	50
Gli effetti si faranno sentire in futuro/piu' avanti	3
Disparita' tra piccoli centri e grandi città/programmazione a livello locale	2



Principali considerazioni spontanee sul decreto Bersani

Valori %
PRINCIPALI CITAZIONI

VALUTAZIONI NEGATIVE (GRAN NET)	18
IN GENERALE (NET NET)	5
<i>Commenti generici (net)</i>	5
Ha peggiorato lo stato attuale delle cose	3
Va a discapito della qualita' di offerta	1
Piu' confusione/caos/disorganizzazione	1
Non c'è controllo	1
<i>Concorrenza (net)</i>	3
Professionalità (subnet)	1
Dequalificazione della figura professionale	1
Poca competenza specifica/improvvisazione	1
Aumento dei prezzi (subnet)	1



SETTORE ECONOMICO SPECIFICO (NET NET)	13
Taxi (subnet)	6
Aumento di mezzi abusivi	1
Inutile l'estensione delle nuove licenze	3
Scioperi/malumori nella categoria	3
Non ha sbloccato la situazione di monopolio (subnet)	4
Mezzi (subnet)	2
Sono diminuite le corse/sono aumentati solo i taxi	2
Le linee sono sempre scarse e insufficienti	1
Circolazione stradale: peggiorata la viabilità (subnet)	1



Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore dei trasporti comunali/intercomunali/1

VALUTAZIONI POSITIVE

- *"Piuttosto positivo - l'azienda dei trasporti locale ha avuto l'entrata di nuovi soci in ambito privato"*
- *"Ha sicuramente accelerato un processo di privatizzazione che porterà ad un miglioramento del servizio e maggiore economicità di gestione"*
- *"La liberalizzazione sul mercato porta al miglioramento della qualità"*
- *"Con il contratto di servizio siamo passati da concessione (affidamento diretto) ad un contratto di servizio con procedura ad evidenza pubblica. Il contratto ci ha permesso una maggiore elasticità sulla gestione del servizio."*
- *"Un maggior controllo da parte del Comune di Bergamo sull'azienda trasporti"*
- *"Le aziende che operano nel settore sono incentivate a migliorare i servizi"*
- *"Penso che sia servito ad aumentare la concorrenzialità"*
- *"E' una spinta al miglioramento ed un'apertura del mercato"*
- *"Nessun cambiamento perché non c'è stato l'ingresso di nuovi gestori nel trasporto pubblico"*
- *"Nel nostro comune il decreto Bersani non ha inciso più di tanto. Le aziende appaltatrici dei trasporti sono rimaste le stesse di sempre."*
- *"Dopo le gare di appalto sono migliorati i collegamenti intercomunali"*
- *"C'è un maggiore flusso di mezzi di trasporto pubblico nella zona centrale cittadina"*
- *"E' probabile che procederemo ad esternalizzare alcuni servizi in tempi non lunghi, entro la fine del 2007. Si tratterà di servizi aggiunti al trasporto pubblico locale, gestione trasporto disabili, gestione trasporto alunni."*
- *"Ha avuto conseguenze positive come l'inserimento di più mezzi e con più frequenza, inoltre l'introduzione della richiesta a chiamata, l'eco bus, un mezzo che copre durante tutta la giornata le zone meno trafficate."*
- *"L'istituzione di navette più piccole che hanno migliorato lo spostamento sulle strade molto trafficate"*



Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore dei trasporti comunali/intercomunali/2

VALUTAZIONI NEGATIVE

- *"Sono catastrofiche perché queste liberalizzazioni a determinate categorie vengono rilasciate senza controllarne i requisiti, senza una preparazione adeguata (ad es. scuole guida)."*
- *"Le conseguenze sono che abbiamo problematiche relative alla regione Piemonte, sono peggiorate le relazioni. Non si rendono conto delle realtà territoriali, stabiliscono termini di giunta regionale senza sondare le esigenze dei comuni."*
- *"Ha creato più confusione, il servizio dei trasporti dovrebbe essere più professionalizzato. Non si può inventare un servizio."*
- *"A parte agitazioni e scioperi per le proteste non è cambiato nulla nell'offerta."*
- *"Al momento questo decreto ha portato qualche situazione di scempenso, tocca agli enti accettare la sfida e gestirla al meglio. Se le regioni erogano il giusto contributo i comuni riescono a far fronte alle giuste esigenze che derivano dal servizio stesso senza restare "col fiato grosso" per mancanza."*
- *"Il decreto non è stato recepito bene dalle categorie si sono registrati dei disagi"*
- *"La regione Sicilia non ha recepito integralmente il decreto Bersani."*
- *"Sono aumentati gli scioperi e ci sono delle code terribili - ci sono continuamente manifestazioni"*
- *"E' aumentato il numero delle autovetture private, ma il servizio non è migliorato."*
- *"Nessuna liberalizzazione perché la gestione dei trasporti avviene tramite concessioni regionali."*
- *"Un aumento dell'inquinamento dovuto a più macchine private"*
- *"Credo che l'effetto sia stata la diminuzione delle corse"*
- *"Sono aumentati i noleggi d'auto in modo spropositato da parte di abusivi"*



Verbalizzazioni spontanee riguardo il settore dei trasporti comunali/intercomunali/3

VALUTAZIONI NEUTRE

- *« Per il nostro comune non c'è stato un grande cambiamento poichè i comuni limitrofi a Bergamo si erano già integrati con il trasporto pubblico urbano »*
- *“Nessun cambiamento perché non c'è stato l'ingresso di nuovi gestori nel trasporto pubblico.”*
- *“Nessuna conseguenza perchè le compagnie di trasporti nel nostro comune sono sempre le stesse.”*
- *“Non ho notato apprezzabili conseguenze”*
- *“Qui da noi il decreto Bersani non ha inciso in modo rilevante sul settore in generale, ne' in positivo ne' in negativo.”*
- *“Tutte le compagnie che si occupano di trasporti fanno parte dello stesso consorzio, di conseguenza da noi non c'e' stato nessun cambiamento.”*
- *« Non c'e' stata nessuna variazione particolare per i cittadini »*



Commento



Commento

Complessivamente l'ambito dei trasporti comunali/ intercomunali **si mantiene su livelli inalterati** rispetto al passato. E' pur vero tuttavia che emergono *segnali di movimento*, in particolare sulle *iniziative pubblicitarie* e, sebbene più contenuto, *sull'offerta* (rispettivamente + 18 e + 9 punti rispetto al benchmark totale mercati). Di contro, gli osservatori evidenziano un *peggioramento* per ciò che attiene all'aspetto *prezzi* applicati al consumatore (superiore di 8 punti rispetto al benchmark).

SETTORE DI ATTIVITA' IN GENERALE

In relazione all'offerta nel suo complesso, due intervistati su tre dichiarano che la situazione è invariata rispetto allo scorso anno (62% in media). In ogni caso, analizzando solo coloro che dichiarano un una variazione, si sottolinea come la direzione sia più verso un miglioramento che verso un peggioramento: circa il 30% in media dichiara infatti un incremento (trasversalmente sia in termini di qualità che di ampiezza) contro solo l'8% in media che lamenta, al contrario, un peggioramento.

Il 31% del campione riscontra un peggioramento nel livello dei prezzi applicati (di 29 punti percentuali superiore a coloro che dichiarano un miglioramento nelle tariffe). Va detto comunque che, anche in questo caso, la maggioranza degli intervistati (58%) ritiene che, tutto sommato, la situazione si sia mantenuta stabile rispetto allo scorso anno.

Meno definite le differenze in termini di "trasparenza" dei prezzi: in questo caso il campione assegna una valutazione più omogenea: il 70% conferma una stabilità e le differenze in negativo o in positivo sono pressochè ininfluenti.



Commento

Il mercato dei trasporti comunali/ intercomunali si mostra abbastanza ricettivo sulle attività di comunicazione: se da un lato il 48% degli intervistati non evidenzia alcun mutamento, per oltre 2 intervistati su 5 le iniziative sono aumentate rispetto allo scorso anno (41%). Molto contenuta la quota di chi rileva al contrario una flessione nelle attività pubblicitarie.

Stabile per 2 intervistati su 3 l'orario di servizio rilevato; tuttavia, anche in questo caso, coloro che evidenziano un incremento (pari al 21% degli osservatori), superano di 15 punti percentuali coloro che riscontrano una diminuzione.

Sulla gestione dei reclami dei clienti il campione si mostra abbastanza diviso:

- il 40% dichiara una situazione stabile
- Il 30% evidenzia un qualsiasi tipo di variazione (in positivo o in negativo)
- il restante 30% non è in grado di fornire un'opinione in merito

Va detto in ogni caso che non vi sono scarti significativi tra coloro che evidenziano un incremento rispetto a coloro che, diversamente, lamentano un peggioramento nella gestione della clientela: valutazione che trova conferma anche nell'indicatore generale di performance che si mantiene su valori di sostanziale stabilità.