

Indagine di Customer Satisfaction

1° semestre 2023

report



realizzata da



Funzione Comunicazione –

Unità Relazioni con gli Stakeholder –
Customer listening



	Pag.	Pag.
💧 La Customer Satisfaction in Acea	3	
💧 Metodologia	4	
💧 Profilo utenza e utilizzatori dei canali	7	

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 8

<u>SEZIONE CUSTOMER SATISFACTION</u>	10	<u>SEZIONE OPEN</u>	48
(aree d'indagine comuni a tutte le società del Gruppo Acea)		(aree di approfondimento su temi d'interesse della società)	
💧 Giudizio complessivo sul servizio idrico	11	💧 Aspetti da migliorare	49
💧 Qualità dell'acqua	14	💧 Servizio di videochiamata	50
💧 Aspetti tecnici del servizio	16	💧 Numero Verde Commerciale	51
💧 Fatturazione	19	💧 Sportello	52
💧 Rapporto qualità prezzo	24	💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	53
💧 Segnalazione guasti	26	💧 Sportello online	54
💧 Intervento tecnico	29	💧 App MyUmbraAcque	55
💧 Numero Verde Commerciale	32	💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	56
💧 Sportello	36	💧 Utilizzo dell'acqua potabile	57
💧 Sportello online	42		
💧 Sito Internet	45		

APPROFONDIMENTO PARAMETRICO 59



La Customer Satisfaction in Acea

Il Gruppo Acea ha fatto della strategia dell'attenzione verso il cliente un processo fondamentale dell'agire d'impresa sviluppando una politica di ascolto dei propri clienti attraverso rilevazioni periodiche di Customer Satisfaction.

Le Società oggetto d'indagine in Italia per l'area *Idrico* sono: **ACEA ATO 2 Roma** (Roma e Fiumicino e i Comuni acquisiti nella **Provincia di Roma**), **ACEA ATO 5, Gori, Umbra Acque, SII, AdF, Acque, Publiacqua, Acea Molise, Gesesa** e **Geal**, mentre per il settore *Energia*: **ACEA Energia** e **Areti** (servizi distribuzione energia elettrica e illuminazione pubblica).

Ogni annualità prevede circa 72.000 interviste su territorio nazionale - con cadenza di rilevazione semestrale.

Per il biennio 2022-2023, **CSA Research** si occuperà dell'impostazione tecnica della ricerca, della raccolta dati e dell'analisi dei risultati.

L'attività di coordinamento all'interno di ACEA è svolta dalla Funzione Comunicazione - Unità Relazioni con gli Stakeholder - Customer listening, in costante collaborazione con le Società interessate.

Il presente documento restituisce i risultati dell'indagine di **Customer Satisfaction** rispetto al servizio offerto dalla Società **UMBRA ACQUE SpA**, con riferimento al **primo semestre 2023**.



Metodologia: target e strumenti d'indagine

L'analisi di Customer Satisfaction ha previsto la realizzazione di interviste a **campioni rappresentativi** dei clienti di Umbra Acque.

Hanno partecipato all'indagine **2.001 clienti della società**: la raccolta dei dati è avvenuta da febbraio a luglio 2023 con rilevazioni mensili.

Le popolazioni di riferimento sono rappresentate:

- ❑ **DALLE UTENZE DOMESTICHE E NON DOMESTICHE DIRETTE PRESENTI NEI COMUNI RICADENTI NELL'AMBITO TERRITORIALE OTTIMALE - UMBRIA,**
- ❑ **DAI CLIENTI CHE NEL PERIODO PRECEDENTE LA RILEVAZIONE HANNO CONTATTATO UMBRA ACQUE PER SEGNALAZIONI O RICHIESTE.**

La raccolta dei dati avviene in modalità:

- **C.A.T.I.** (Computer Assisted Telephone Interview) per le indagini di call back
- integrata **C.A.T.I.** - **C.A.W.I.** (Computer Assisted Web Interviewing) per l'indagine generalista e il call back sportello online

L'intervista è stata somministrata alla persona in famiglia che si occupa maggiormente dei rapporti con il fornitore dell'acqua, e/o ha contattato l'azienda per segnalazioni/ricieste.

Il presente documento riporta i dati dell'indagine a confronto con i risultati dei precedenti semestri. Nel confronto si tenga conto che a partire dal primo semestre 2022 i risultati analizzati e presentati considerano congiuntamente le interviste realizzate con la differente tecnica di raccolta dati (CATI/CAWI).



Metodologia: struttura d'indagine

L'impianto di ricerca è articolato in diverse rilevazioni campionarie:

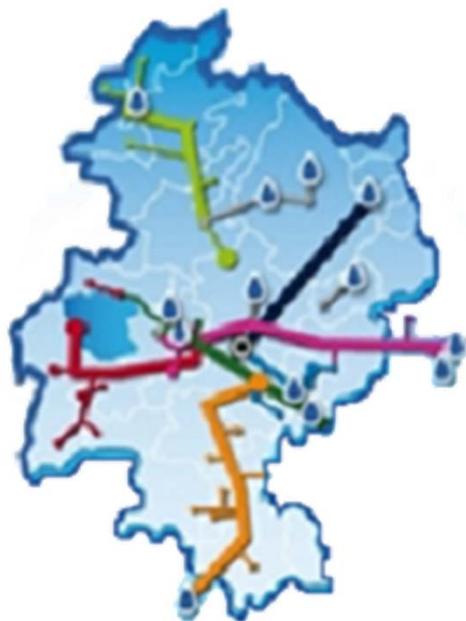
- Q **900** interviste rivolte a **clienti domestici (803** interviste) e **non domestici (97** interviste), 700 in modalità CATI e 200 CAWI (**indagine generale**)
 - Q **201** interviste rivolte a clienti che **hanno chiamato il Numero Verde Commerciale** (**call back NV Commerciale**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti** (**call back NV segnalazione guasti**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli** (**call back sportelli fisici**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno ricevuto un intervento tecnico** (**call back intervento tecnico**)
 - Q **300** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati allo sportello online**, 200 in modalità CATI e 100 CAWI (**call back sportello online**)
- *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione generale di 900 casi è pari a +/- 3,27 punti percentuali, al 95% di probabilità.*



Metodologia: campione per area

Per la definizione del campione di clienti domestici e non domestici, intestatari o meno di utenza diretta sono state prese in considerazione 5 aree territoriali. I campioni territoriali sono rappresentativi del peso effettivo di ciascuna zona (n° utenze).

L'elenco delle utenze è stato fornito da Umbra Acque.



AREA CLIENTI	CAMPIONE n° interviste	% AREA
CENTRO	455	50,6
EST	105	11,7
NORD	119	13,2
OVEST	122	13,6
SUD	99	11,0

I campioni di clienti utilizzatori dei canali di contatto sono stati estratti casualmente dagli elenchi forniti da Umbra Acque.

Profilo utenza e utilizzatori dei canali

%	    					
	UTENZA DOMESTICA	SEGNALAZIONE GUASTI	INTERVENTO TECNICO	NUMERO VERDE COMMERCIALE	SPORTELLO	SPORTELLO ONLINE
UOMO	49,4	53,0	62,5	48,8	49,0	65,3
DONNA	50,6	47,0	37,5	51,2	51,0	34,7
18-34 ANNI	5,1	6,0	23,9	10,4	5,1	5,3
35-44 ANNI	9,9	17,5	19,7	20,7	18,6	16,7
45-54 ANNI	25,3	27,5	28,7	31,7	20,9	37,0
55-64 ANNI	23,1	19,5	12,8	13,4	20,9	19,0
65 + ANNI	36,7	29,5	14,9	23,8	34,5	22,0
ISTRUZIONE SUPERIORE	63,9	70,5	81,2	73,8	66,3	85,0
ISTRUZIONE INFERIORE	36,1	29,5	18,8	26,2	33,7	15,0
LAVORATORE DIPENDENTE	37,7	42,7	55,2	47,3	38,5	47,5
LAVORATORE AUTONOMO	15,0	15,1	22,7	16,4	10,4	22,6
DISOCCUPATO – IN CERCA	0,8	0,5	0,0	1,2	3,3	1,0
PENSIONATO	32,2	30,2	13,4	23,0	31,9	20,2
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	14,3	11,6	8,8	12,1	15,9	8,8

Customer Satisfaction Index (CSI)

→ CSI PARZIALI

Sono calcolati come media ponderata della % di soddisfazione tenendo conto dell'importanza attribuita a ciascun aspetto.

→ CSI COMPLESSIVO

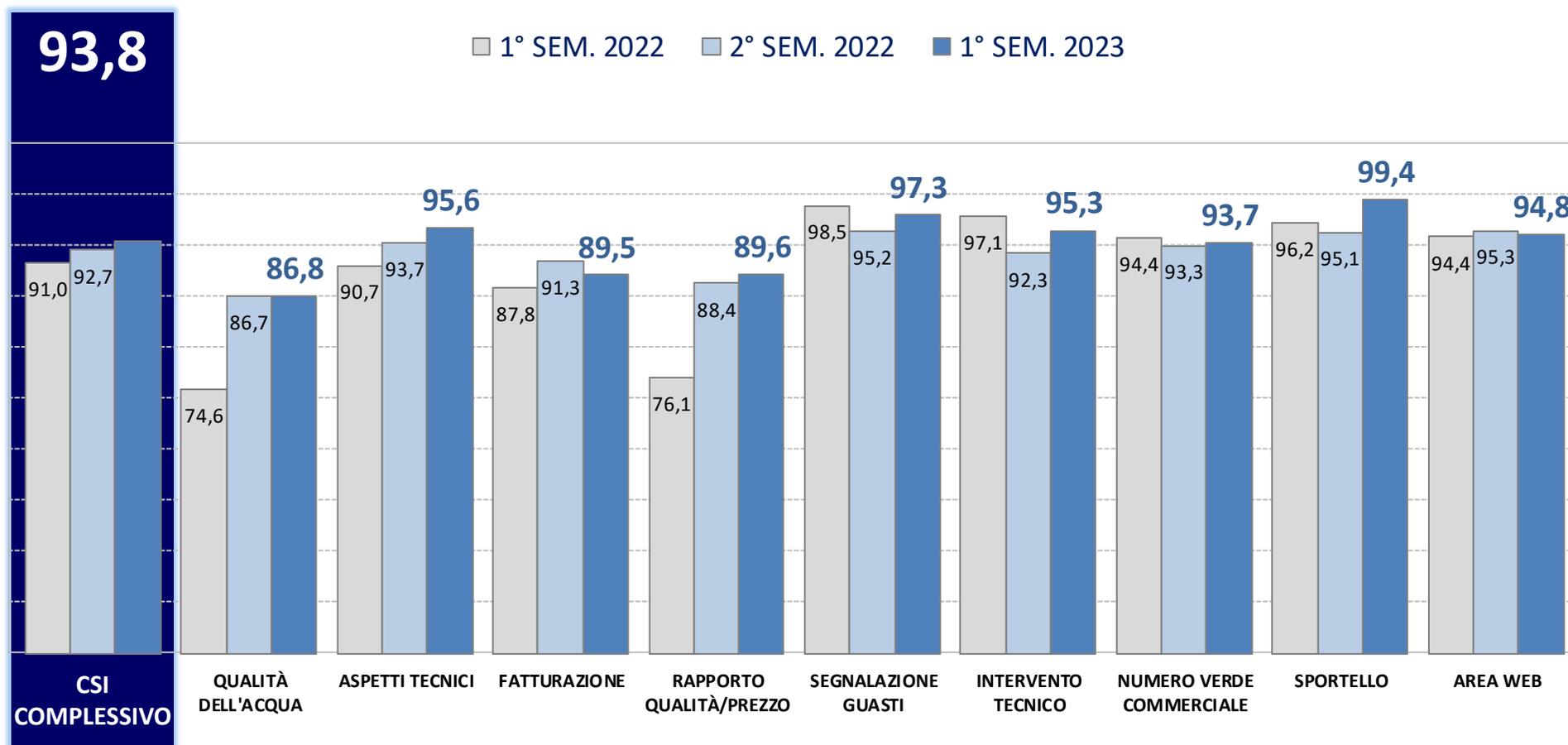
Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi sono stati modificati a partire dal primo semestre 2023, a seguito di un progetto di ridefinizione del modello di calcolo, che ha coinvolto clienti e rappresentanti delle società campione.

In formula:

$$\frac{\sum_{i=1}^n CSI\ PARZIALE_i \times PESO\ FATTORE_i}{\sum_{i=1}^n PESO\ FATTORE_i}$$



CSI – Customer Satisfaction Index



94,0
(CSI fino al 2022)



Sezione Customer Satisfaction

- Servizio idrico nel complesso
- Qualità dell'acqua
- Aspetti generali del servizio
- Canali di contatto

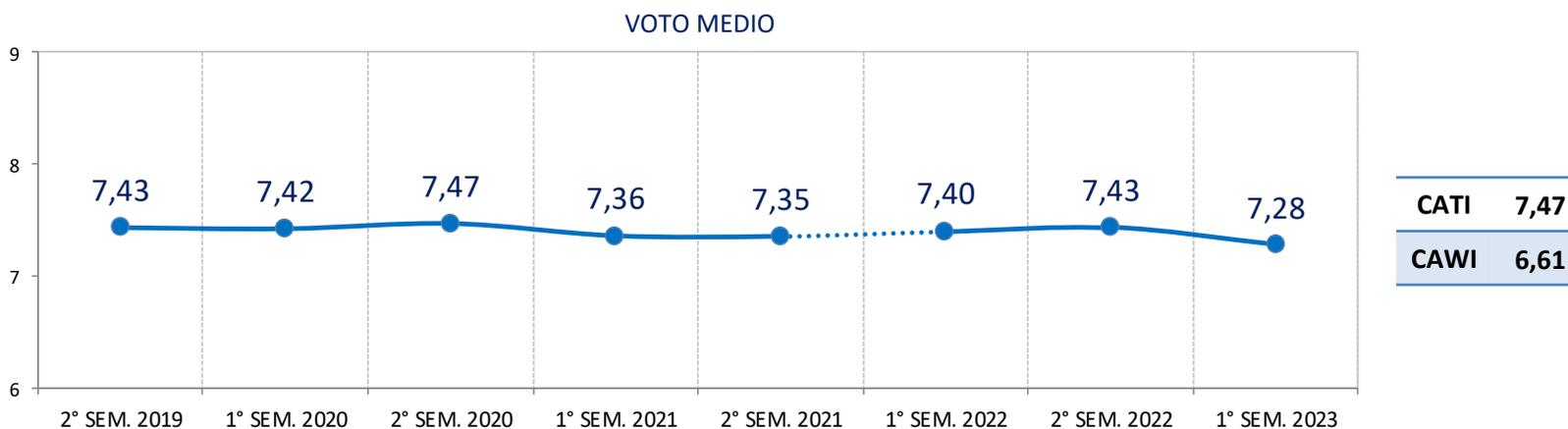
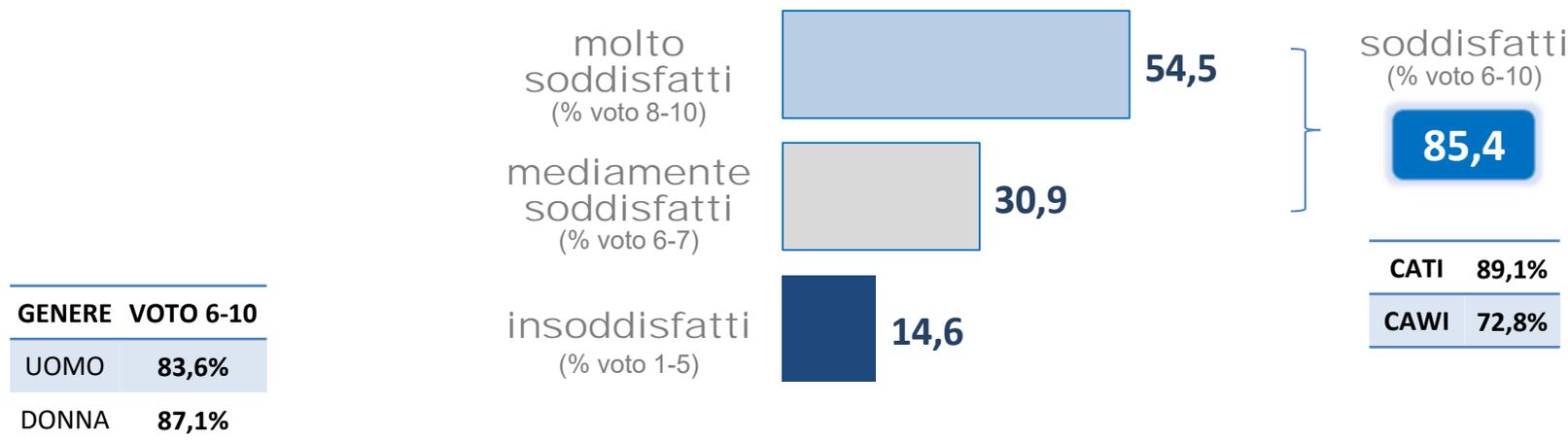
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **GIUDIZIO COMPLESSIVO**: giudizio dell'utente sul servizio fornito da UMBRA ACQUE espresso con un voto da 1 a 10 dove 1 significa pessimo e 10 ottimo
- **GIUDIZIO SUGLI ASPETTI**: giudizi degli utenti sui singoli aspetti costituenti il servizio espresso con un voto da 1 a 10 dove 1 significa pessimo e 10 ottimo.

Gli utenti **Soddisfatti** esprimono un voto **6-10**.

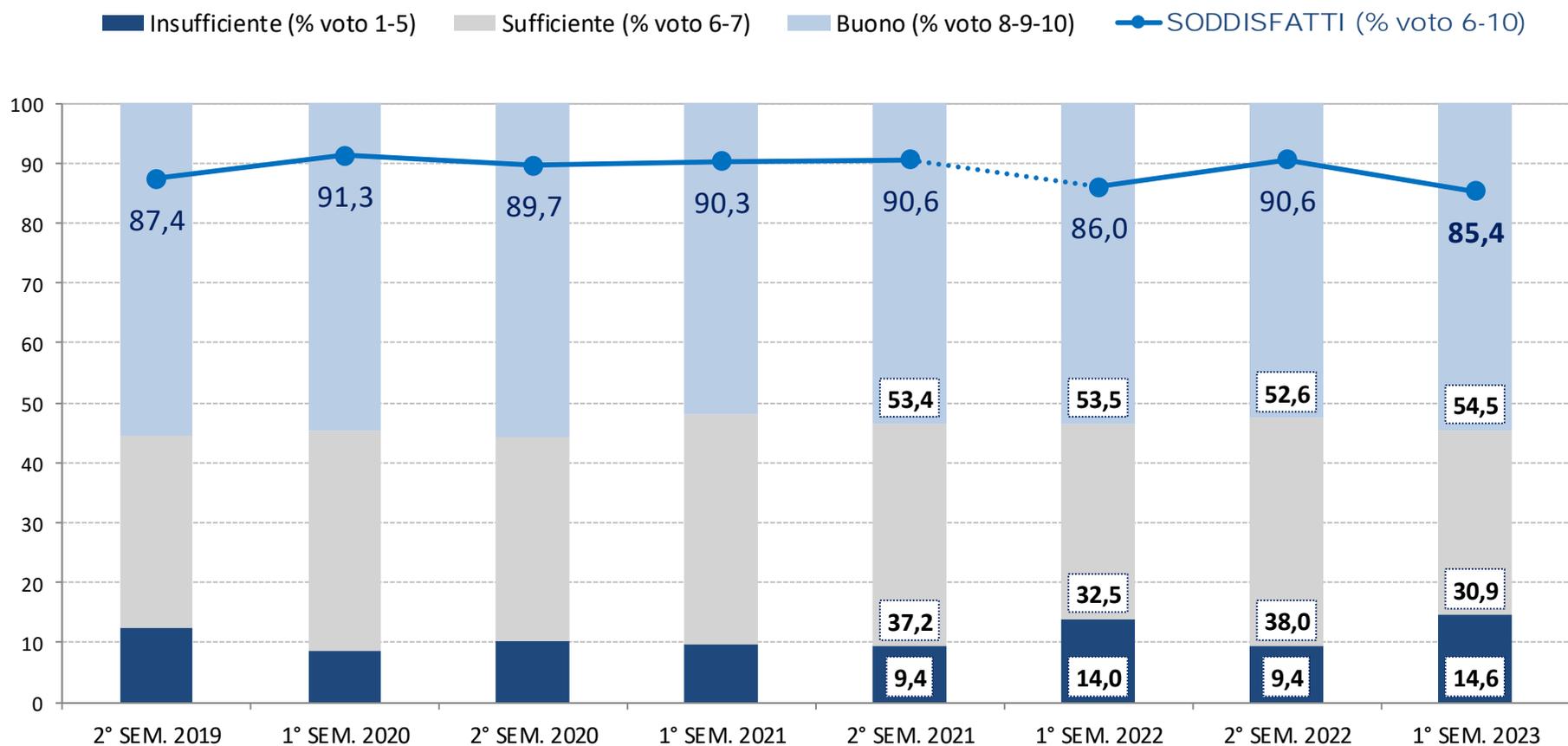
Giudizio complessivo sul servizio idrico

“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su Umbra Acque, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Giudizio complessivo sul servizio idrico

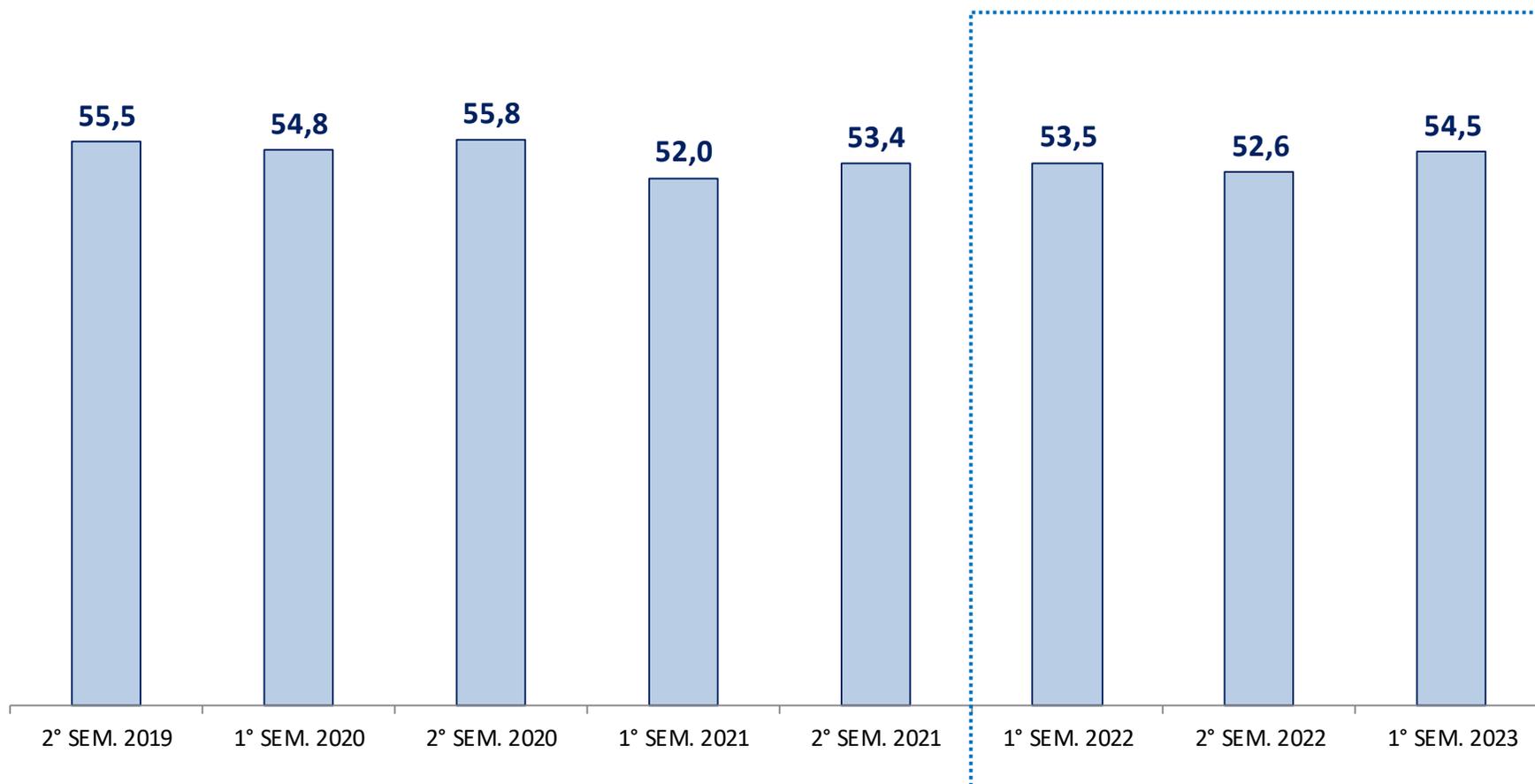
“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su Umbra Acque, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Giudizio complessivo sul servizio idrico

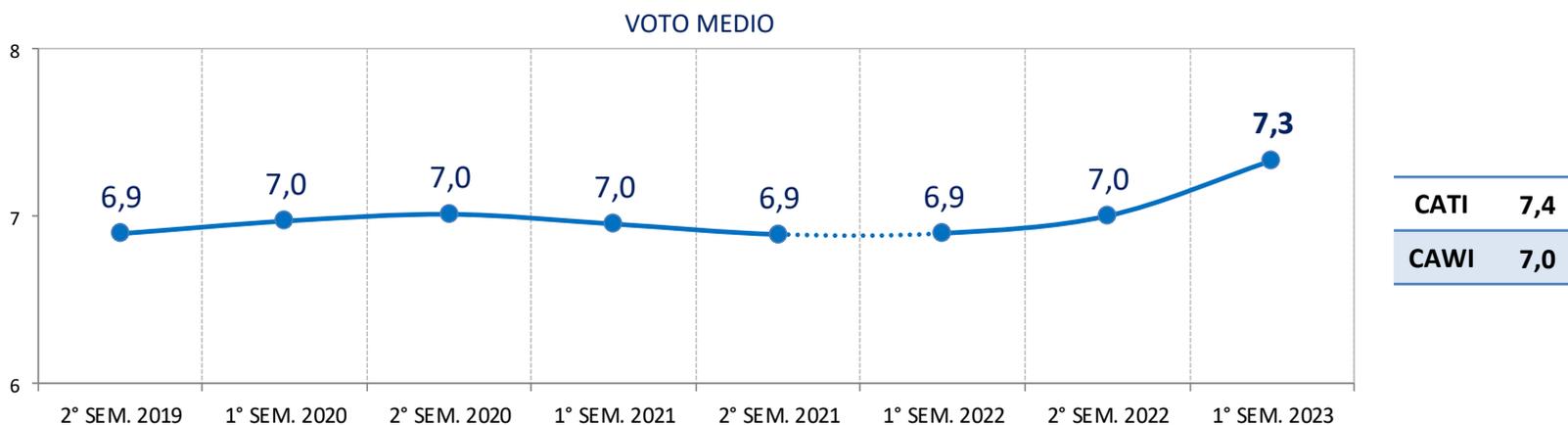
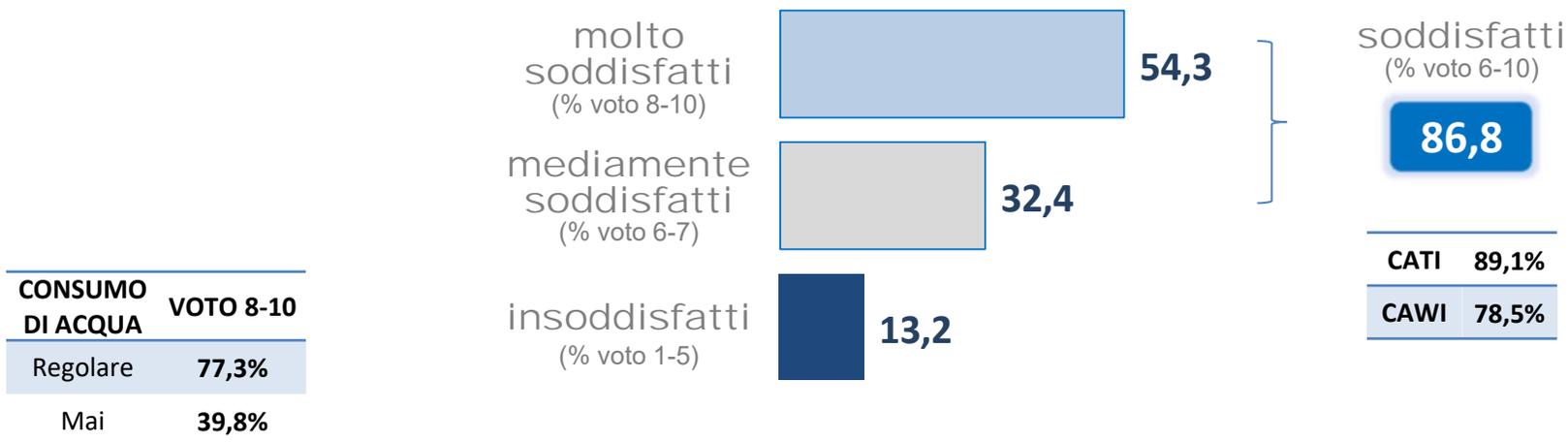
“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su Umbra Acque, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

molto soddisfatti
(% voto 8-10)



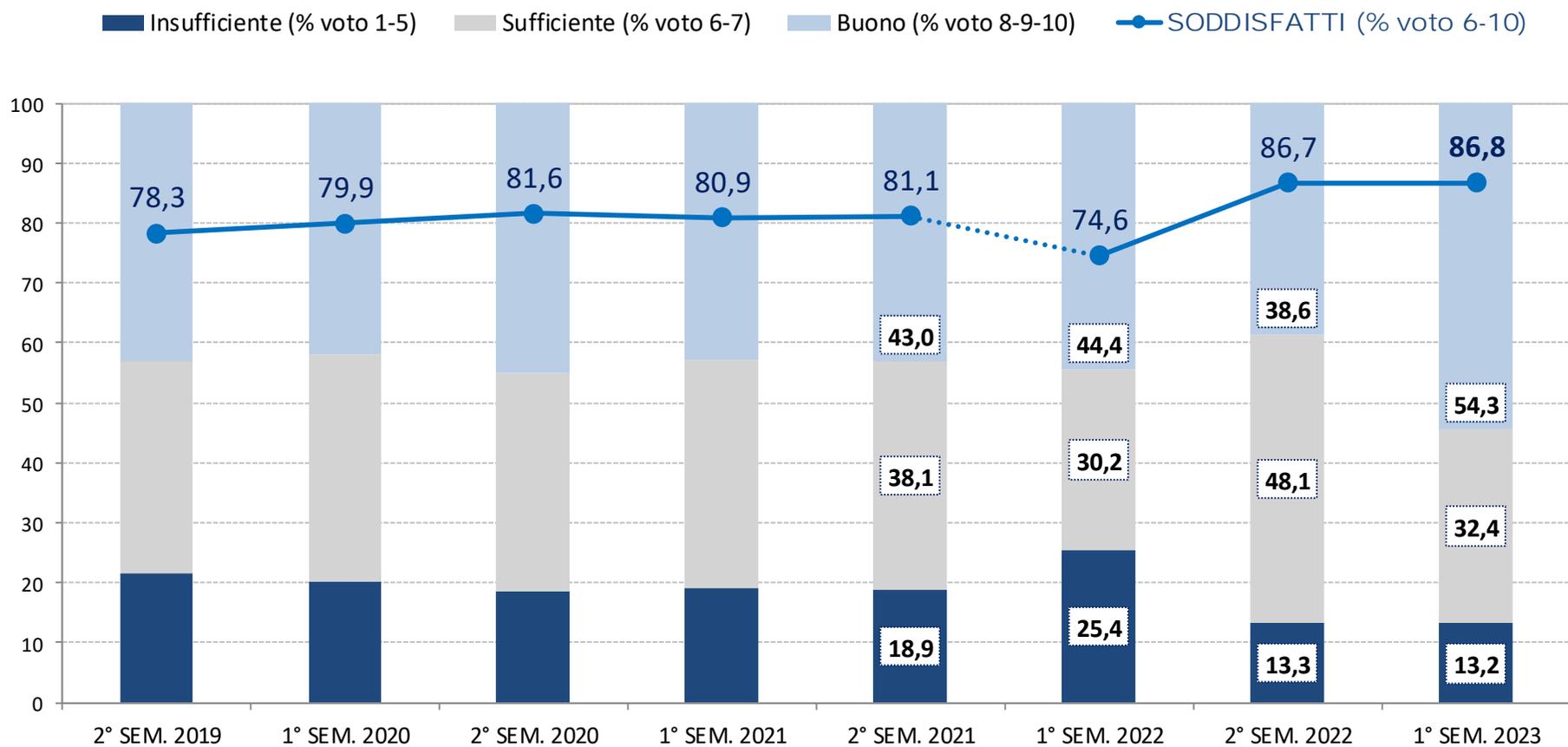
Qualità dell'acqua

“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Qualità dell'acqua

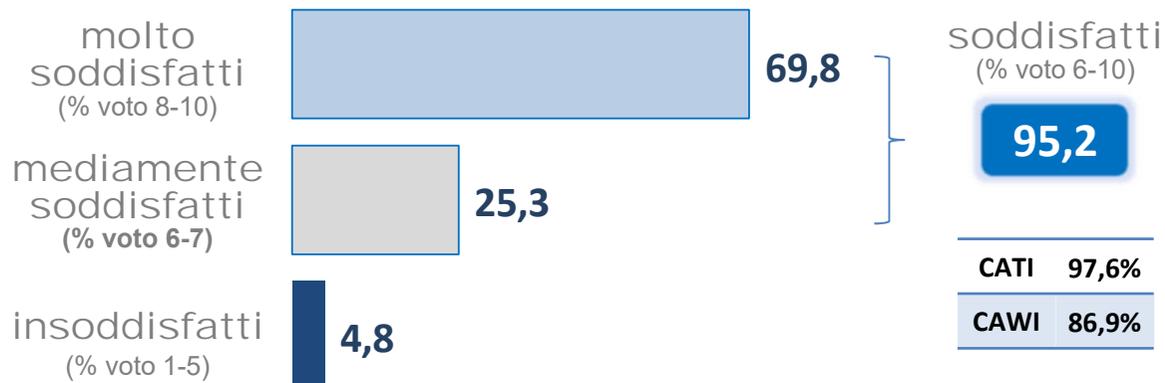
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell’acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Aspetti tecnici del servizio

“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

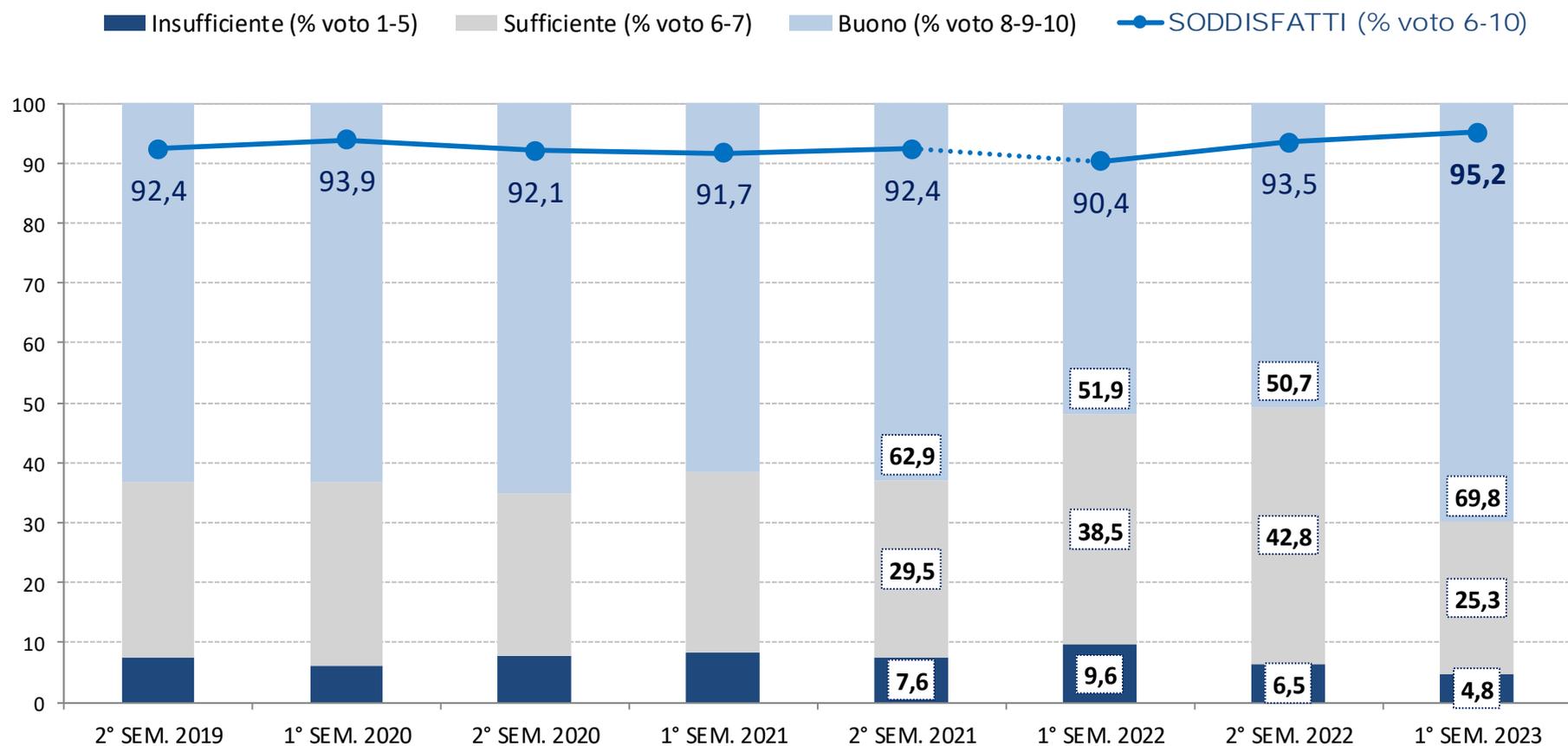
AREA	VOTO 6-10
ZONA 1 – Centro	96,5%
ZONA 2 – Est	95,1%
ZONA 3 – Nord	96,4%
ZONA 4 – Ovest	93,1%
ZONA 5 – Sud	90,3%



CATI	8,1
CAWI	7,6

Aspetti tecnici del servizio

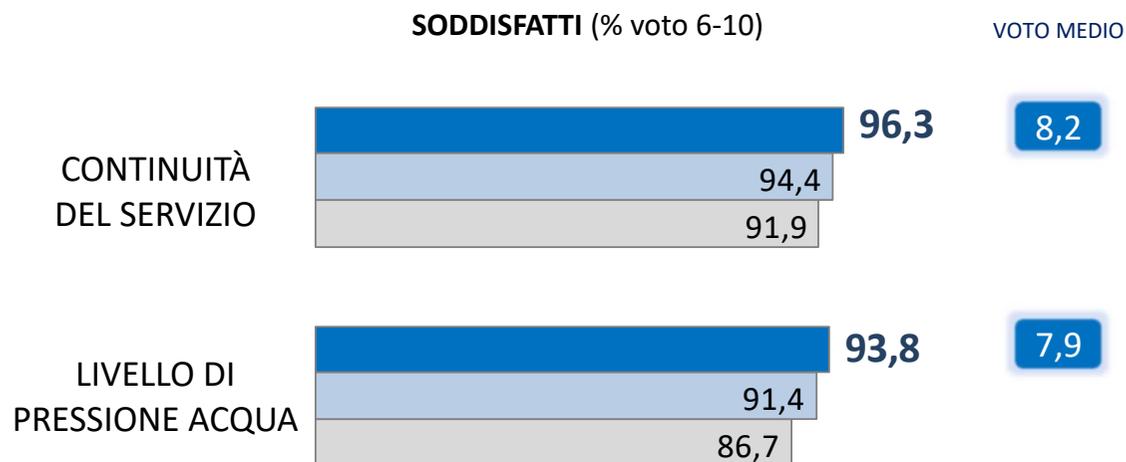
“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Aspetti tecnici - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022



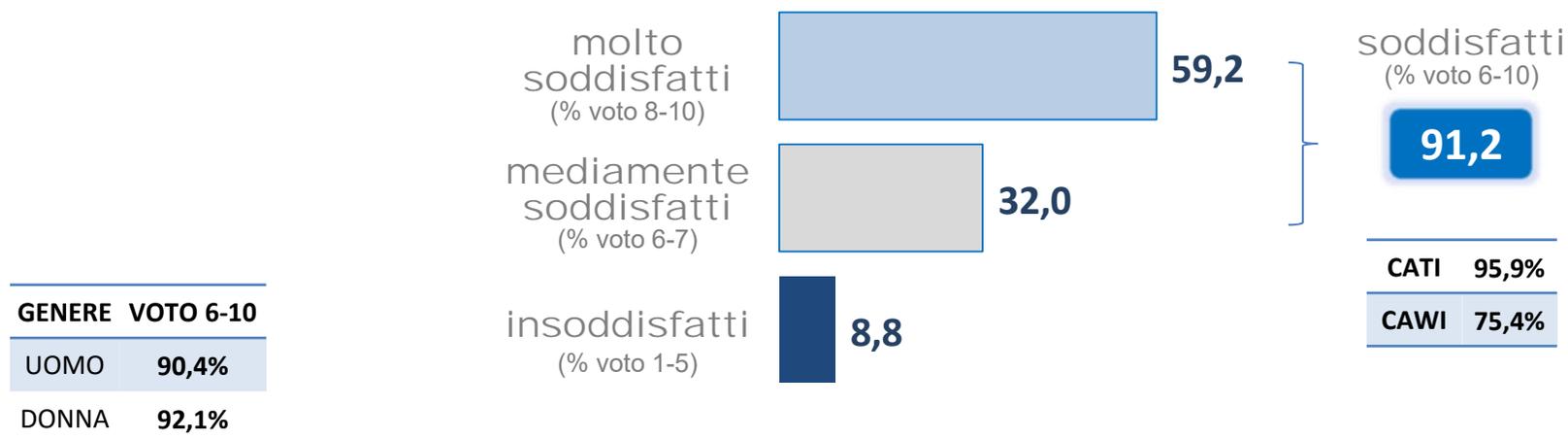
“Quale degli aspetti è il più importante?”
(risposta singola)

IMPORTANZA (% di citazione)



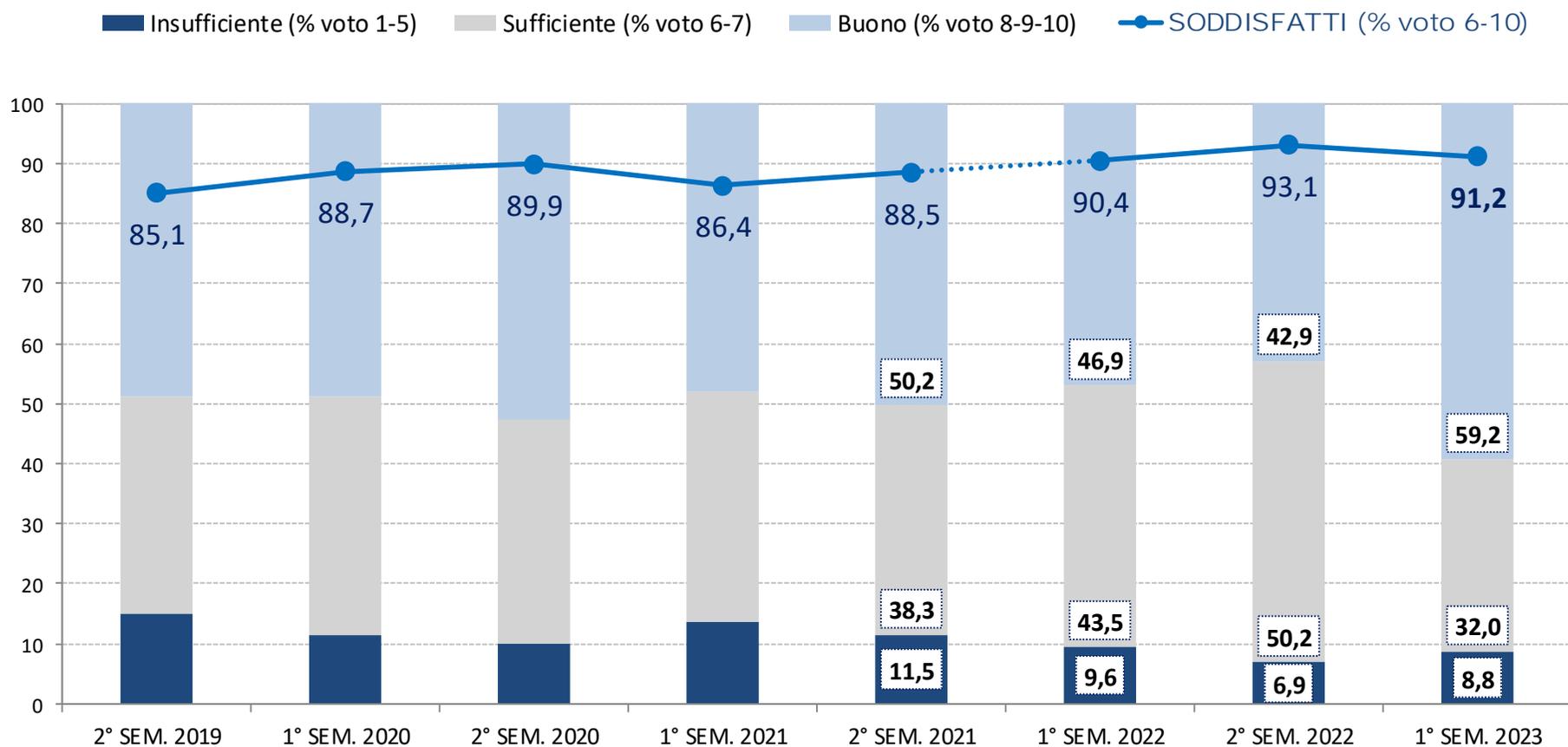
Fatturazione

“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Fatturazione

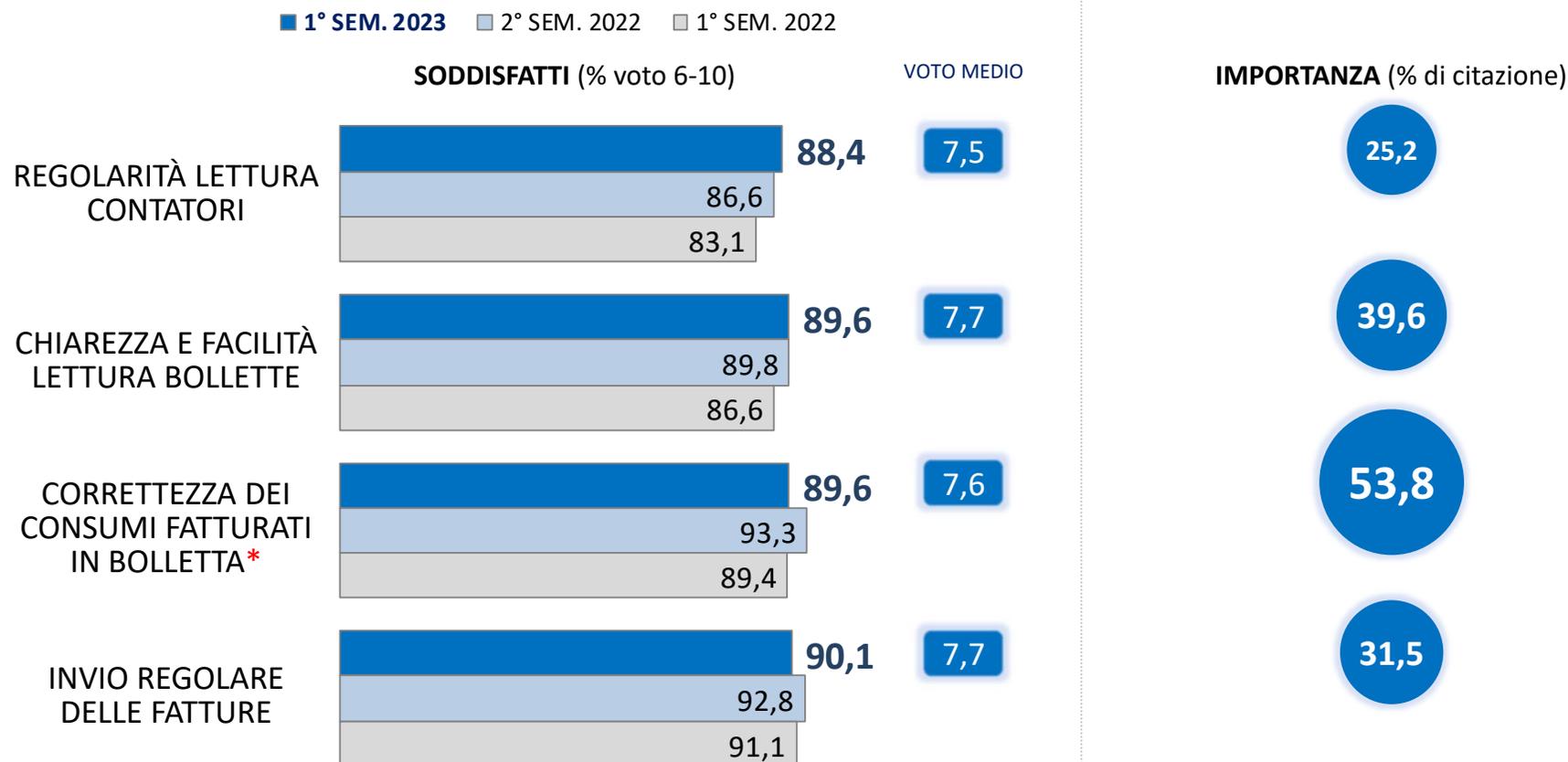
“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Fatturazione - indicatori di performance

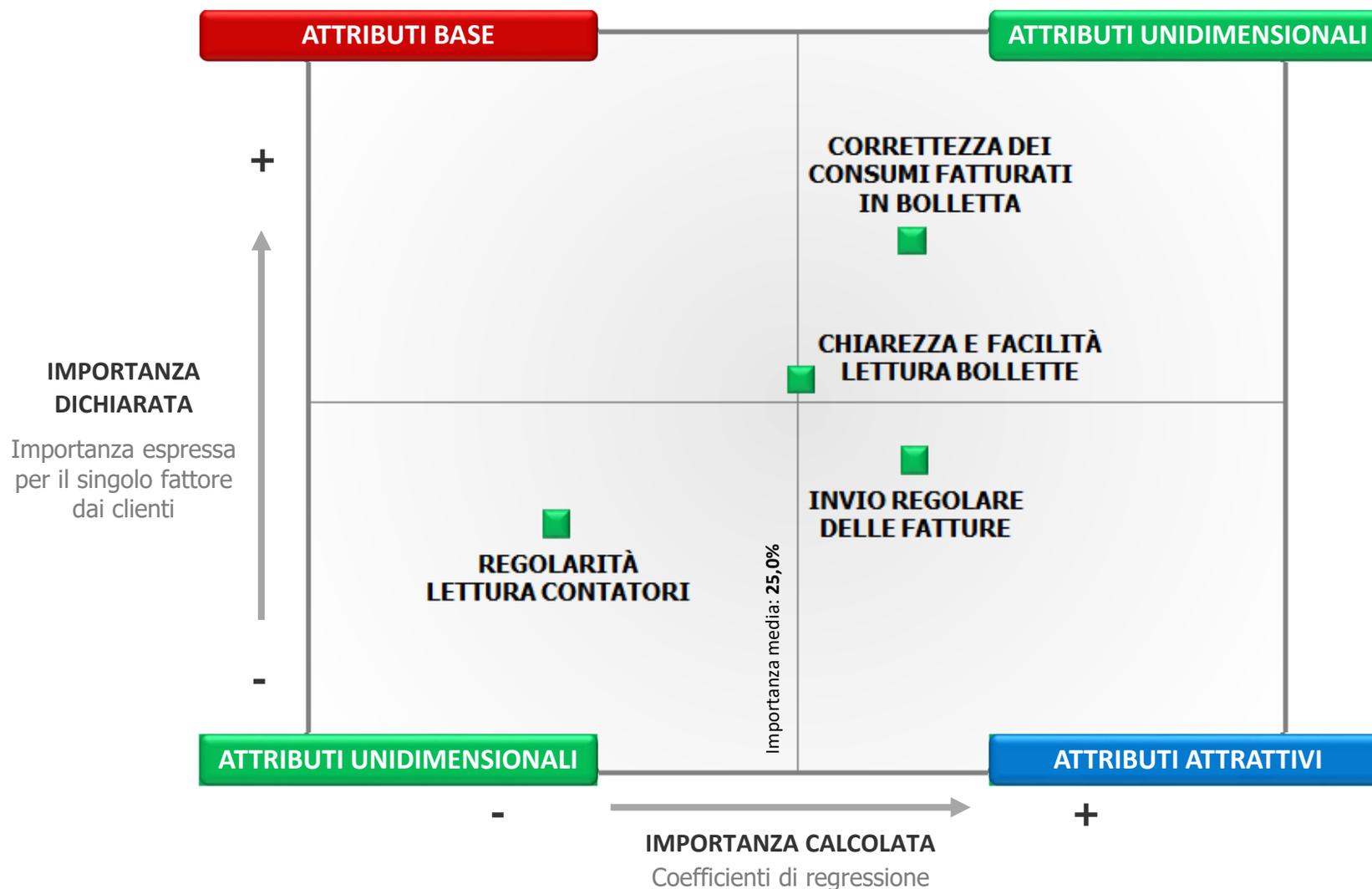
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)



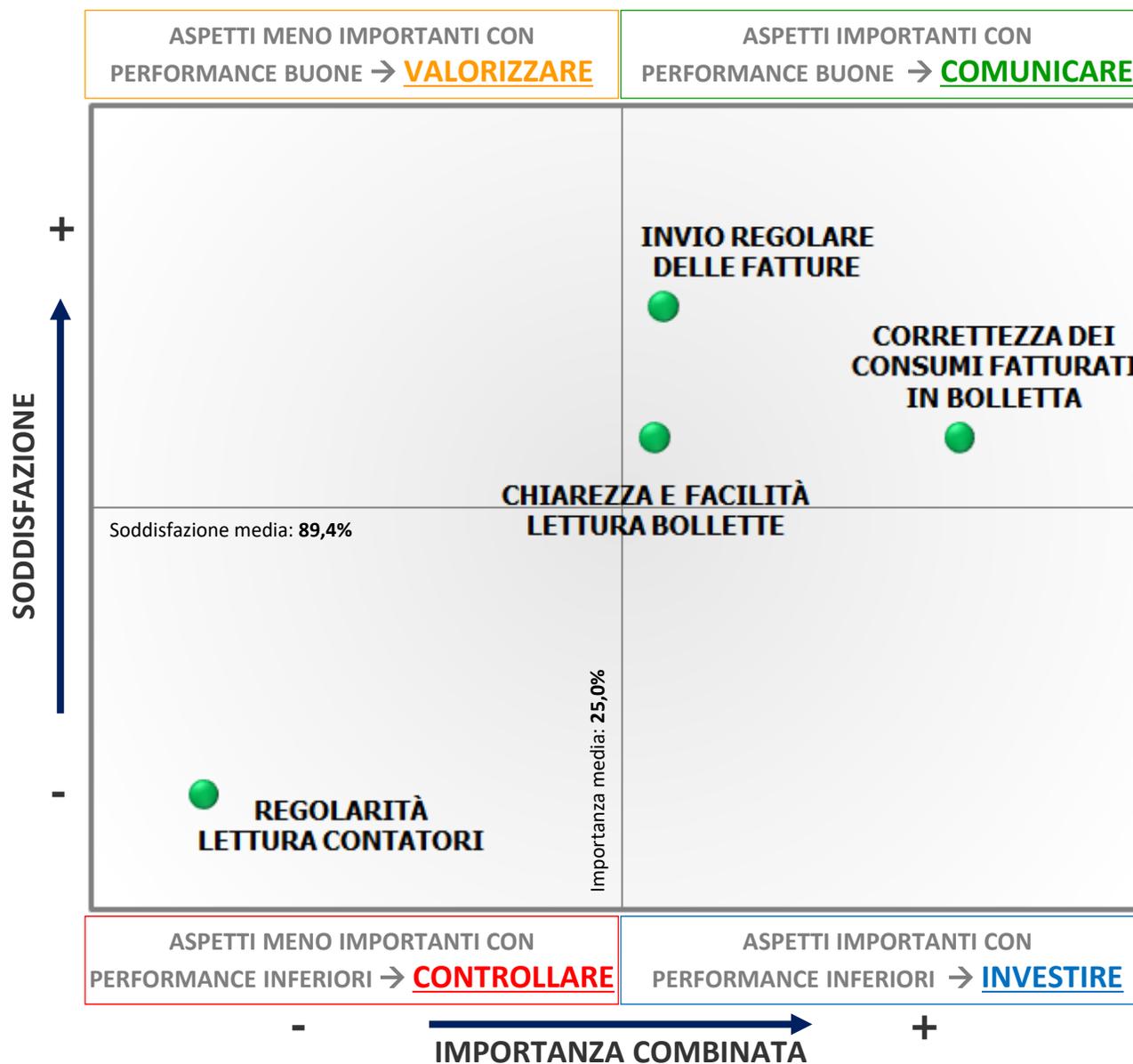
* Fino al 2° sem. 2021 item rilevato come “ Correttezza degli importi riportati nelle bollette”

Fatturazione: diagramma doppia importanza



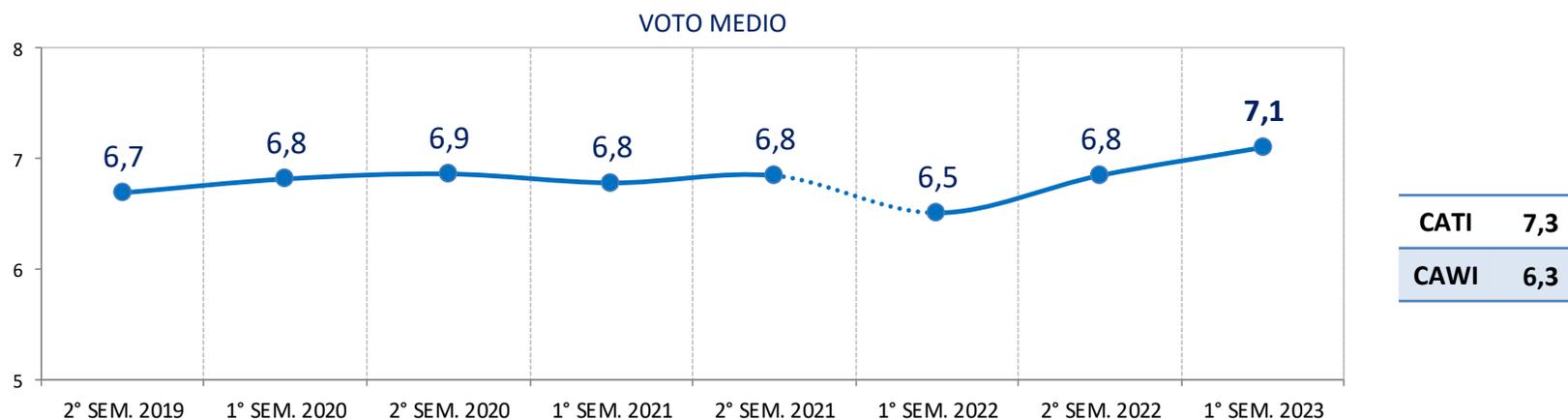
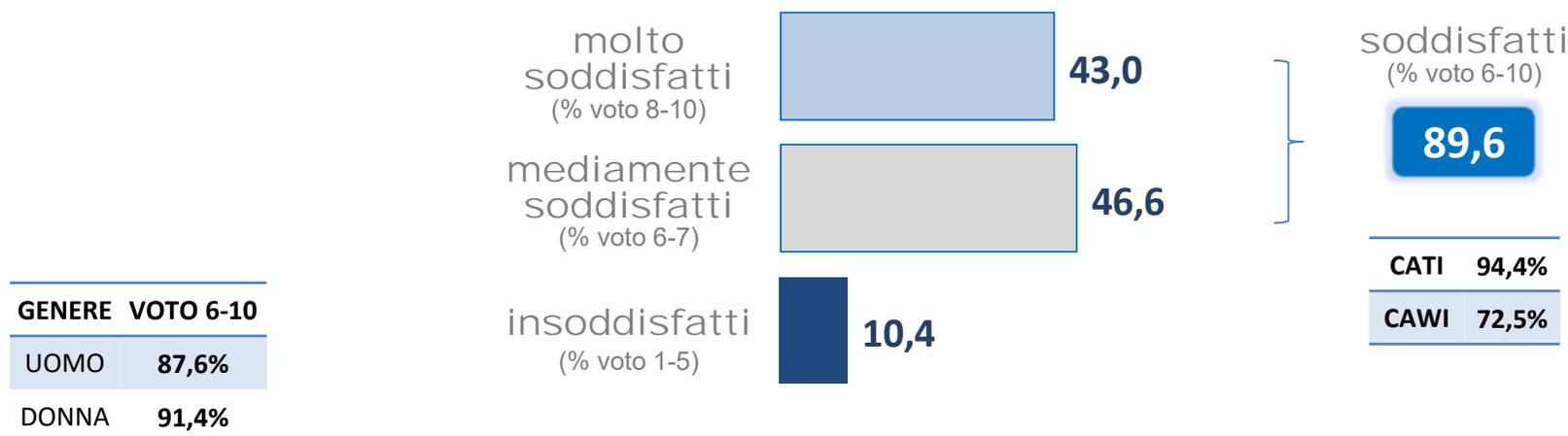
- **Attributi di base:** costituiscono prerequisiti del servizio non richiesti esplicitamente, se non sono soddisfatti generano insoddisfazione
- **Attributi Unidimensionali o Lineari:** richiesti dai clienti, il livello di soddisfazione è proporzionale al livello di appagamento
- **Attributi Attrattivi:** se offerti aumentano più che proporzionalmente la soddisfazione, ma non sono causa di insoddisfazione se assenti perché non richiesti

Fatturazione: punti di forza e priorità di intervento



Rapporto qualità prezzo

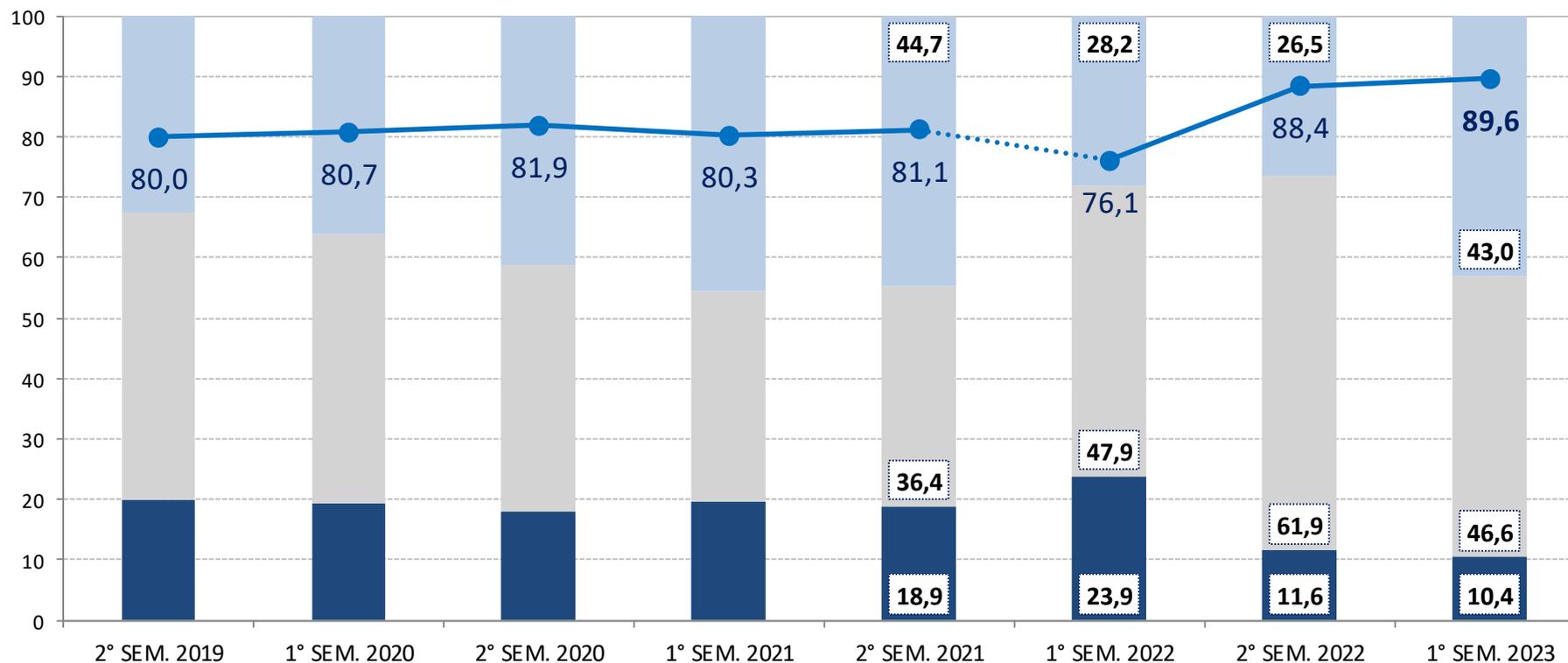
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Rapporto qualità prezzo

“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ Insufficiente (% voto 1-5) ■ Sufficiente (% voto 6-7) ■ Buono (% voto 8-9-10) ● SODDISFATTI (% voto 6-10)



Segnalazione guasti

“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Guasti di Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

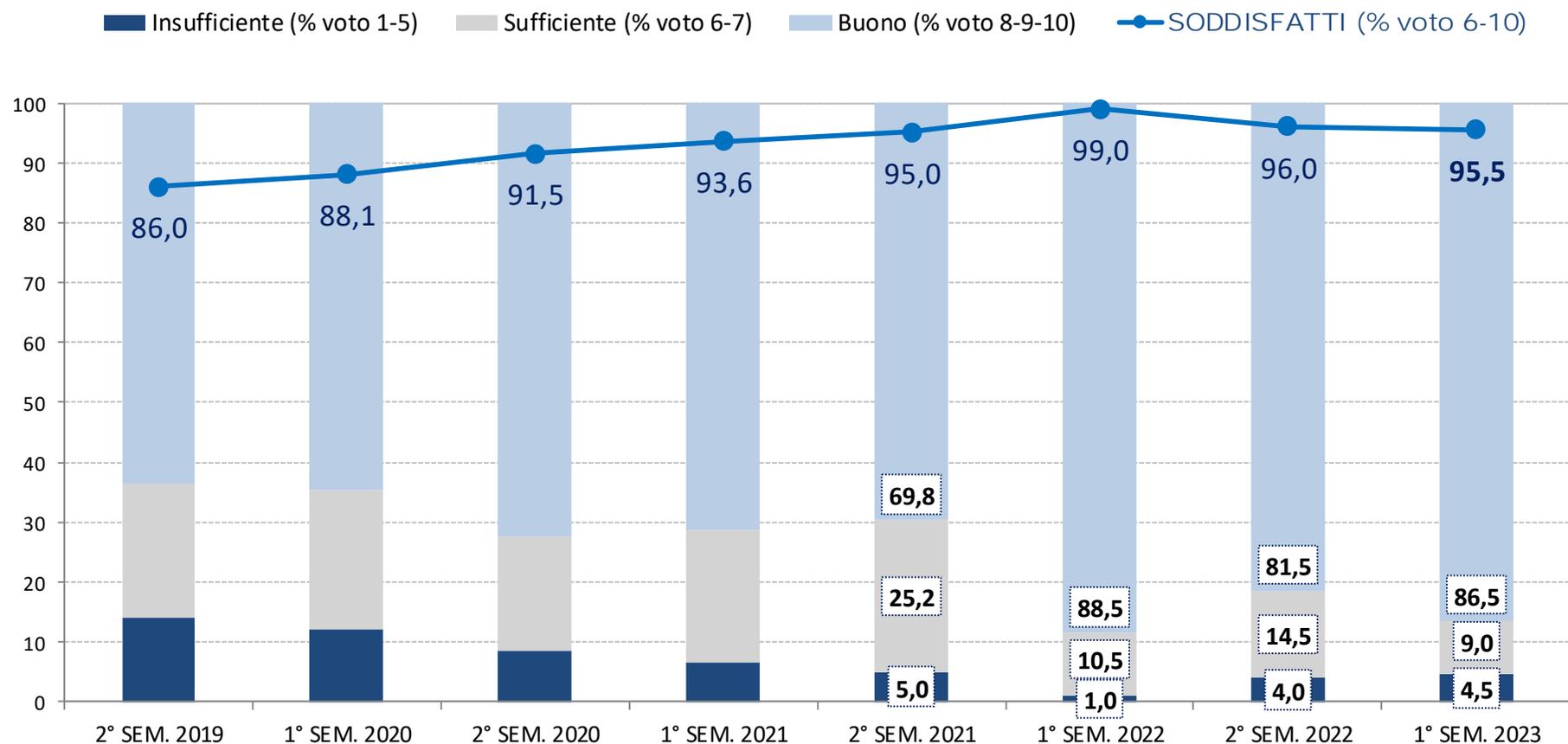


Nel 91,5% delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio
[78,4%, 2° SEM. 2022]



Segnalazione guasti

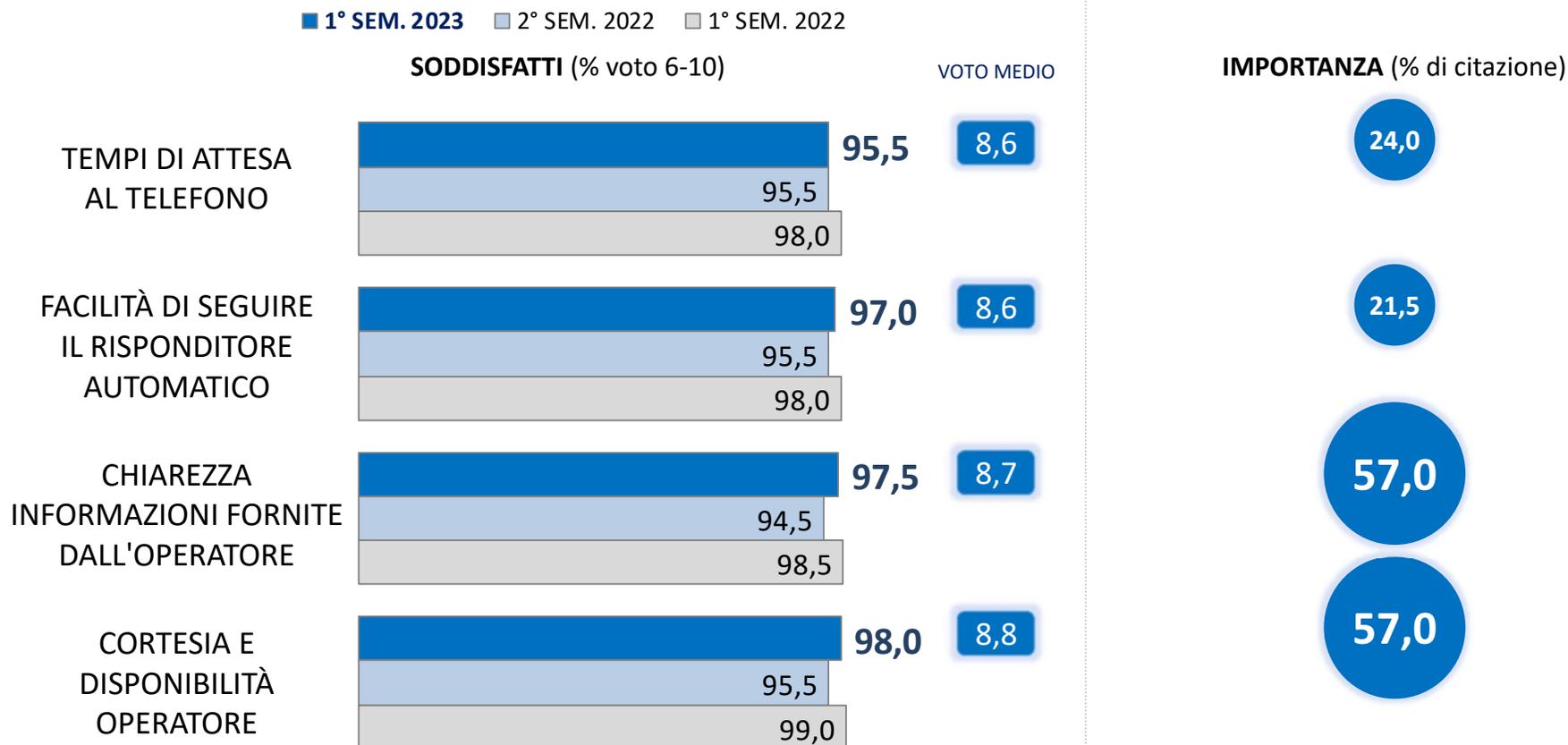
“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Guasti di Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Segnalazione guasti - indicatori di performance

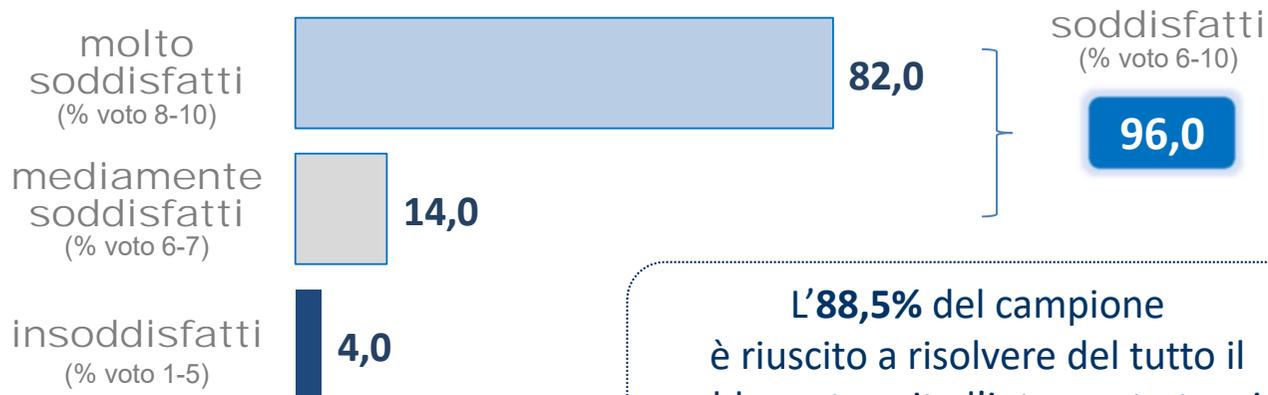
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)



Intervento tecnico

“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

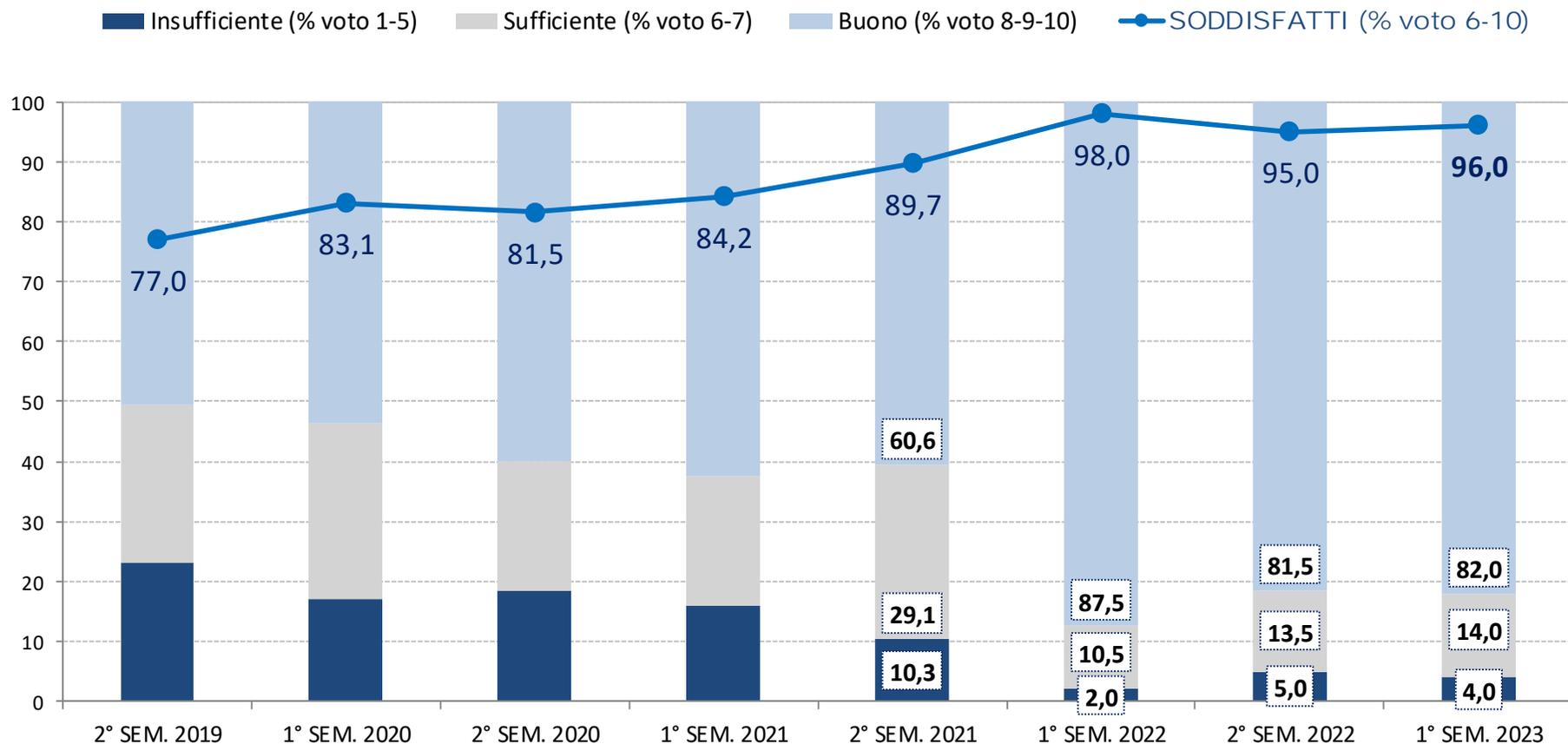


L'88,5% del campione è riuscito a risolvere del tutto il problema tramite l'intervento tecnico
[86,5%, 2° SEM. 2022]



Intervento tecnico

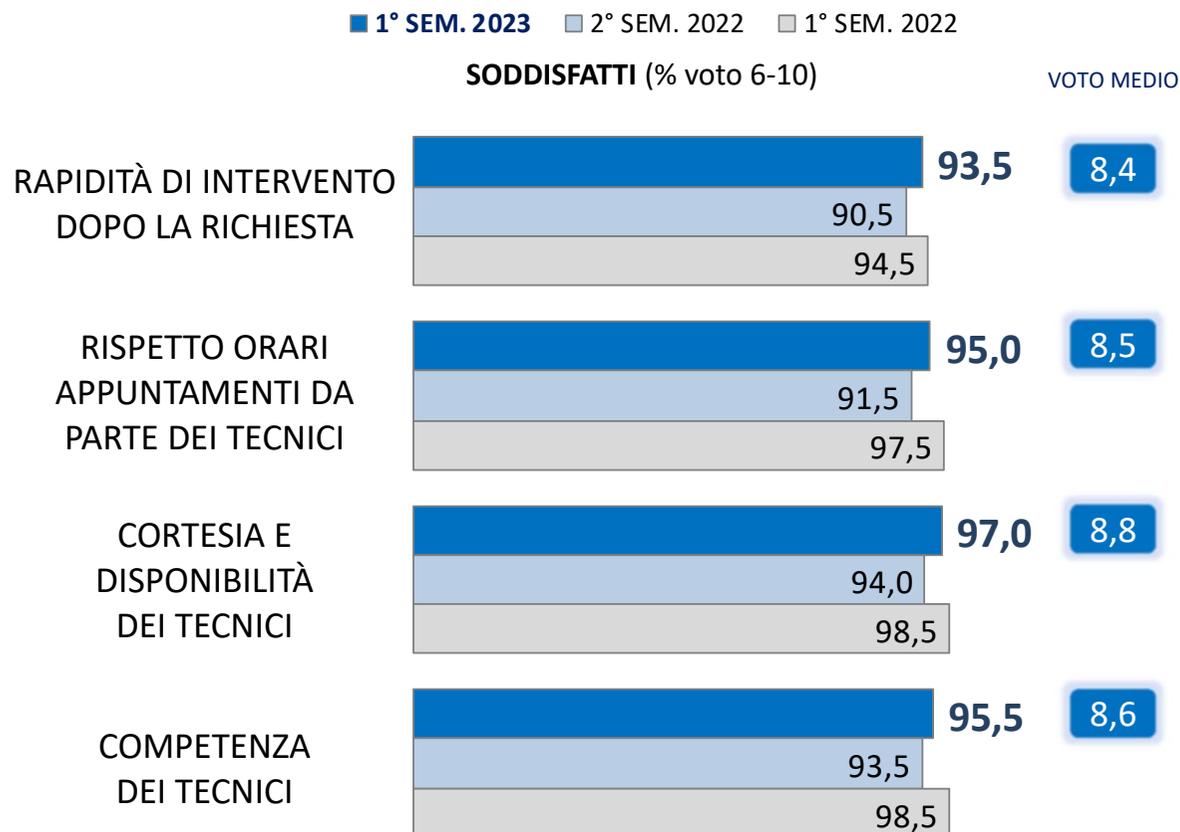
“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Intervento tecnico - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)



IMPORTANZA (% di citazione)

42,5

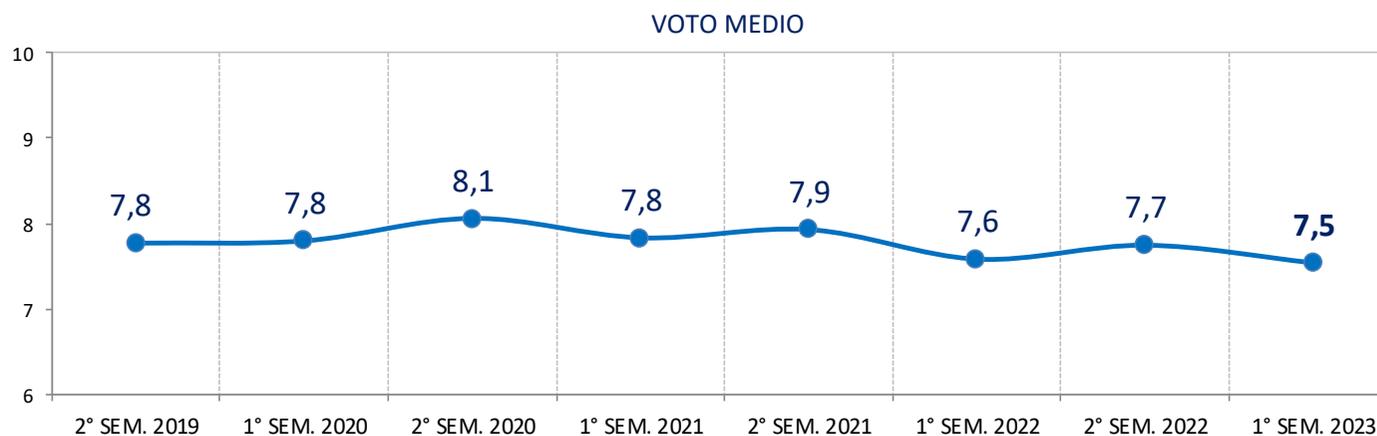
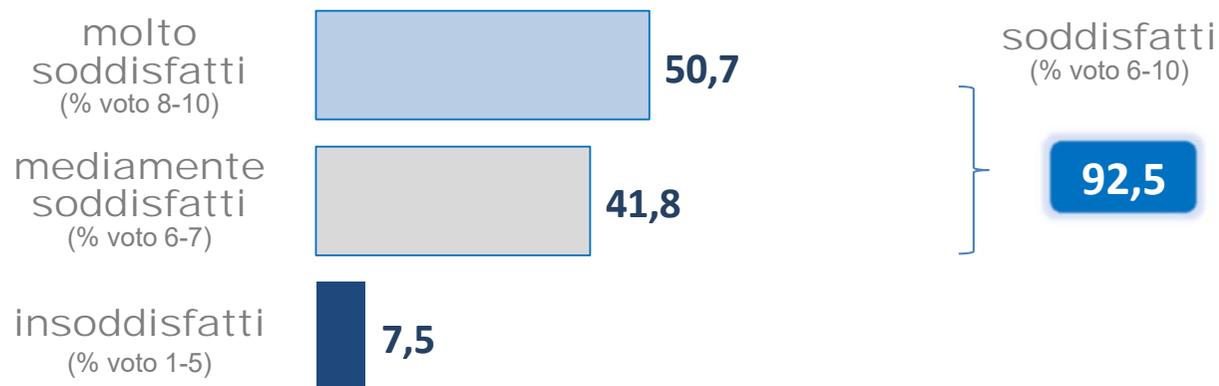
29,0

44,0

38,5

Numero Verde Commerciale

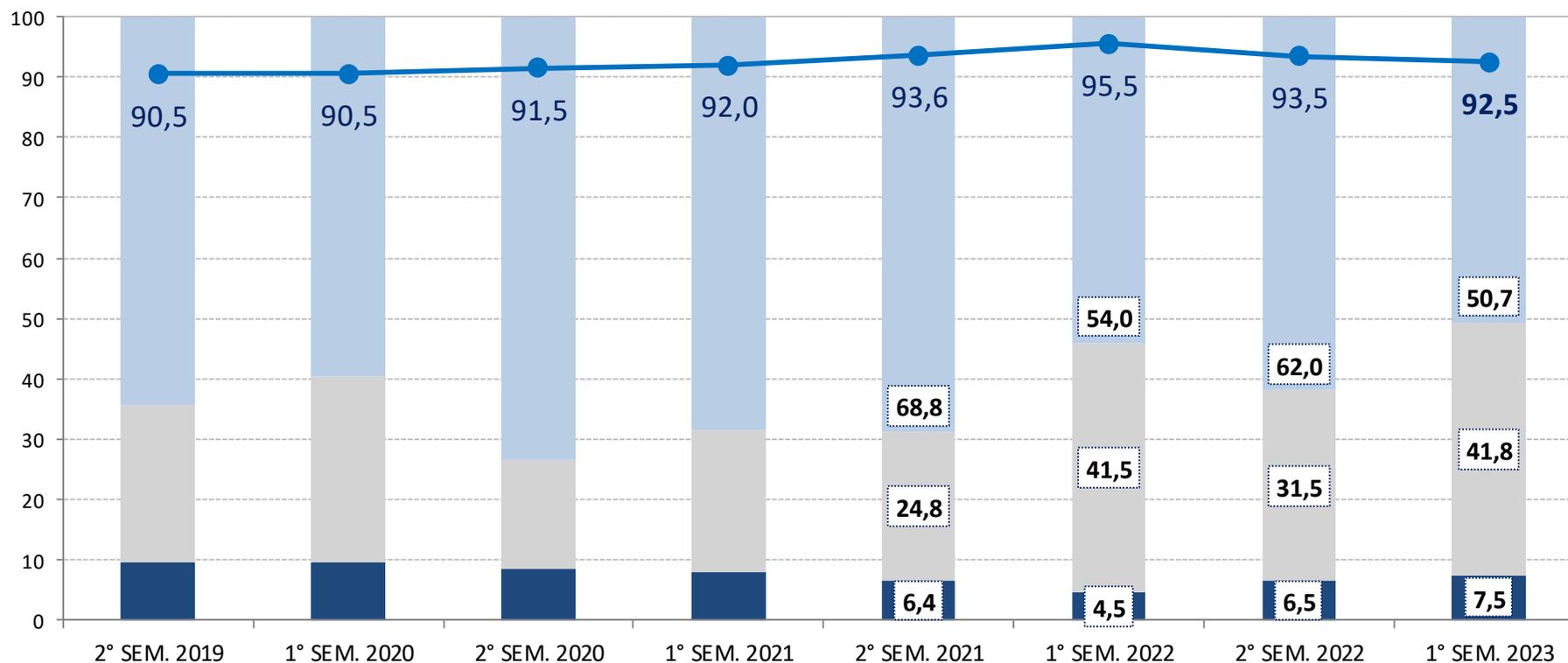
“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Commerciale di Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Numero Verde Commerciale

“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Commerciale di Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

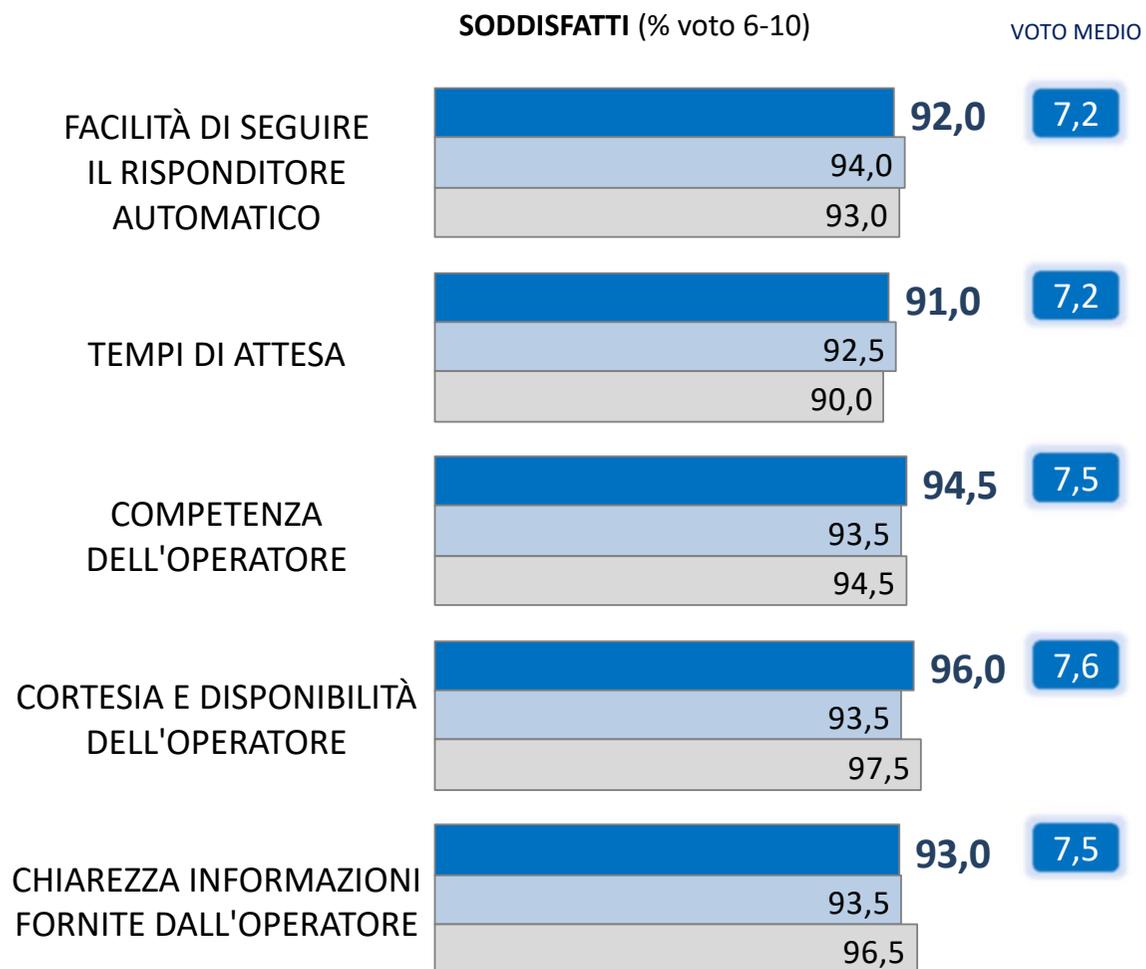
■ Insufficiente (% voto 1-5) ■ Sufficiente (% voto 6-7) ■ Buono (% voto 8-9-10) ● SODDISFATTI (% voto 6-10)



NV Commerciale - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022



“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

16,4

23,9

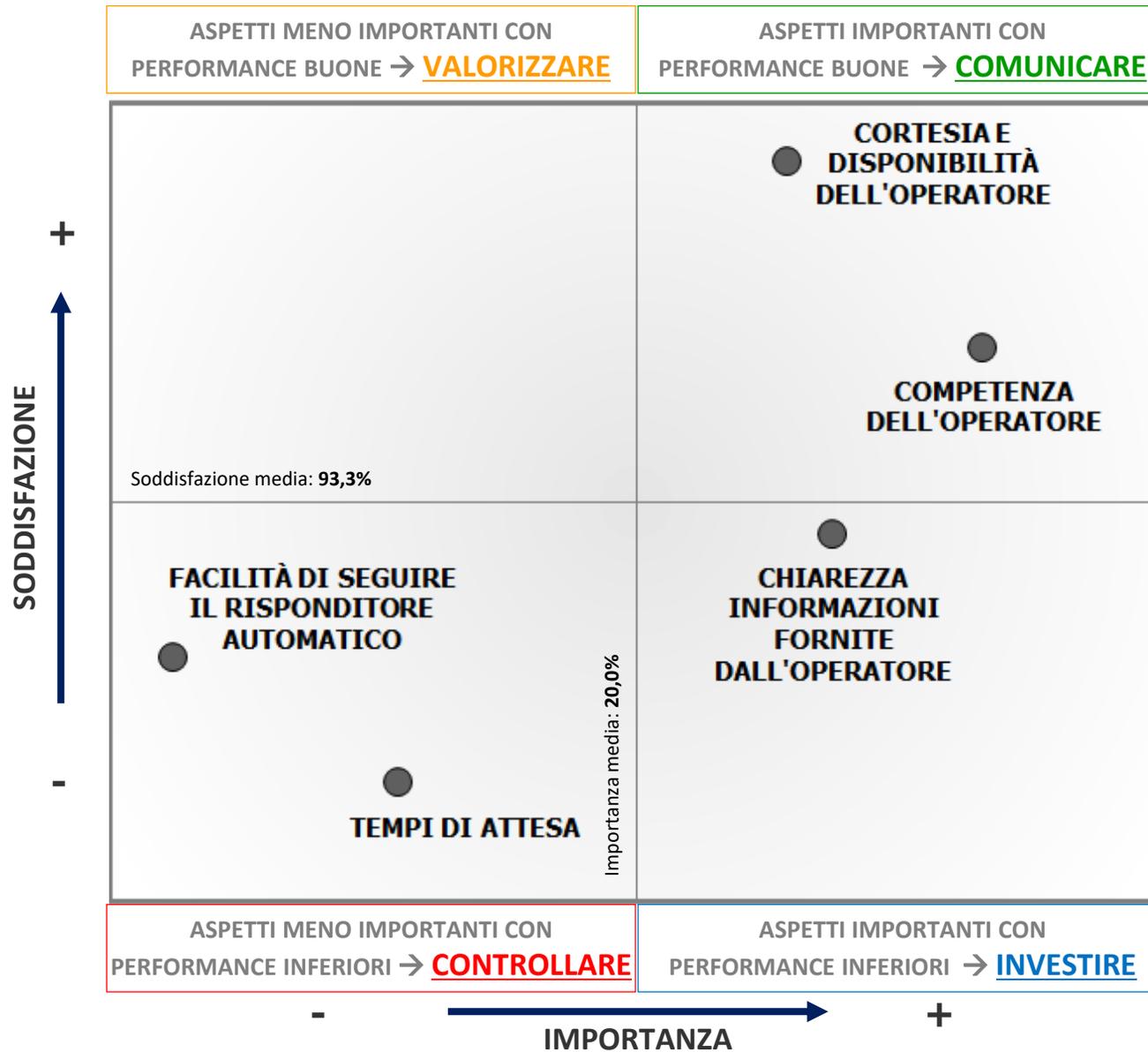
43,3

36,8

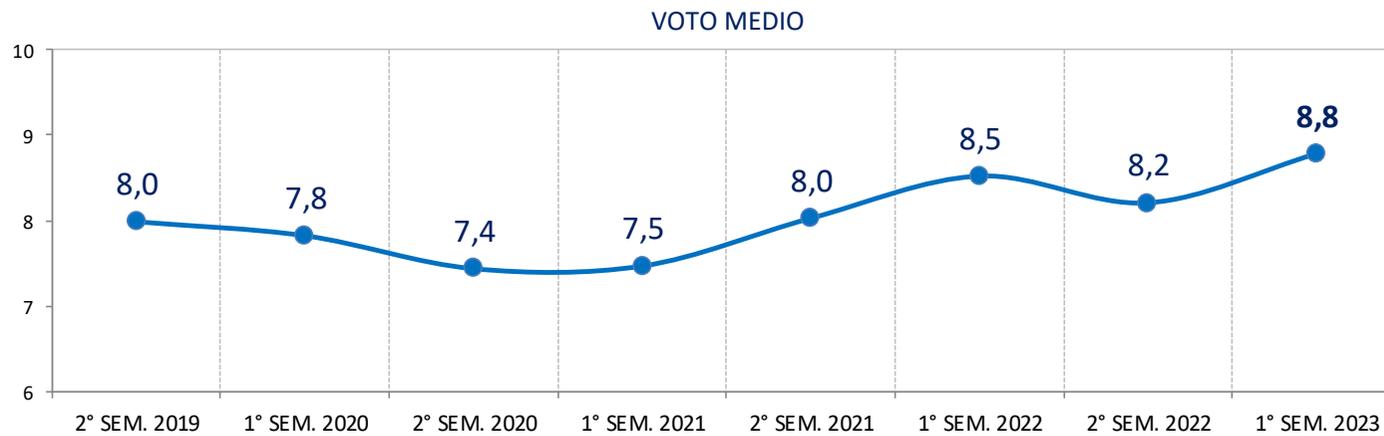
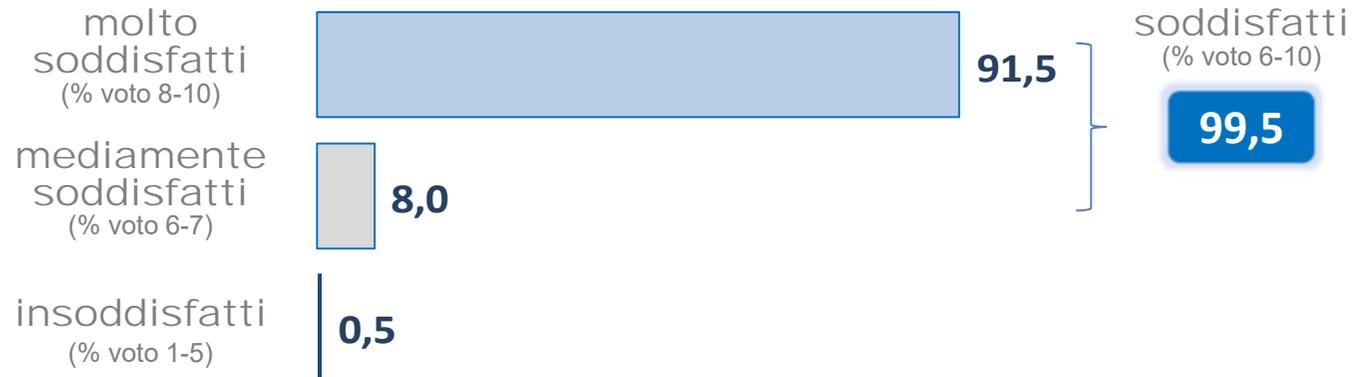
38,3



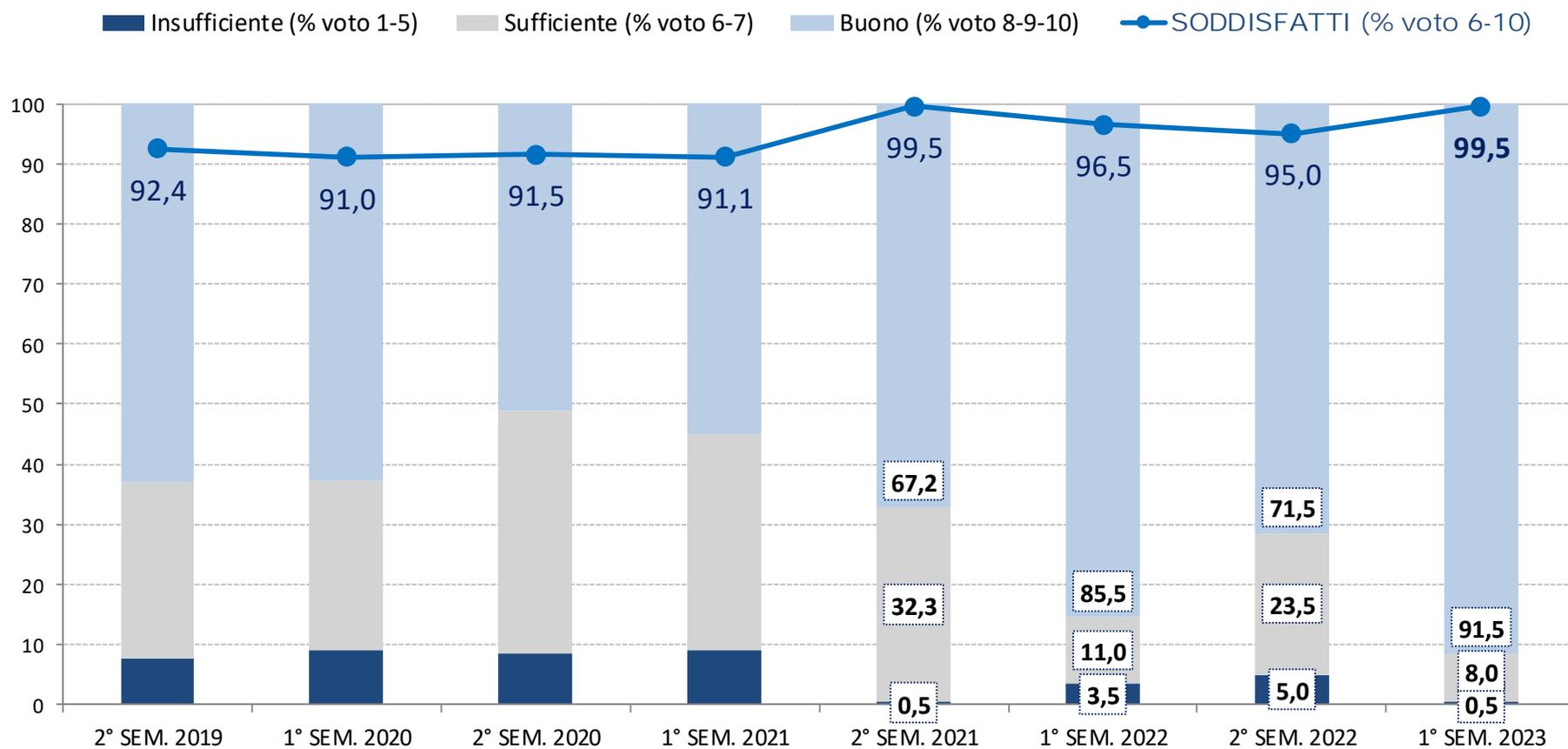
Punti di forza e priorità di intervento



“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



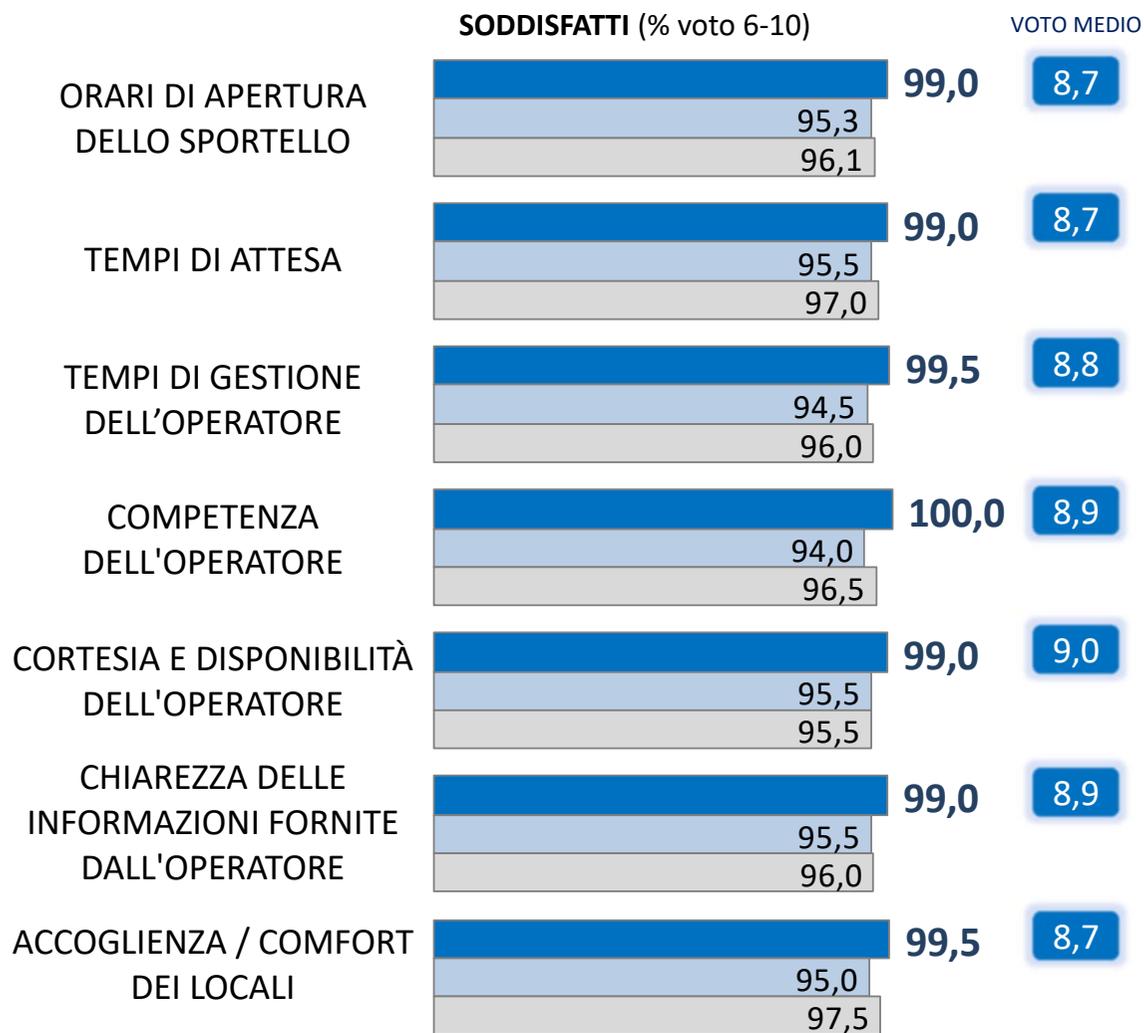
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022



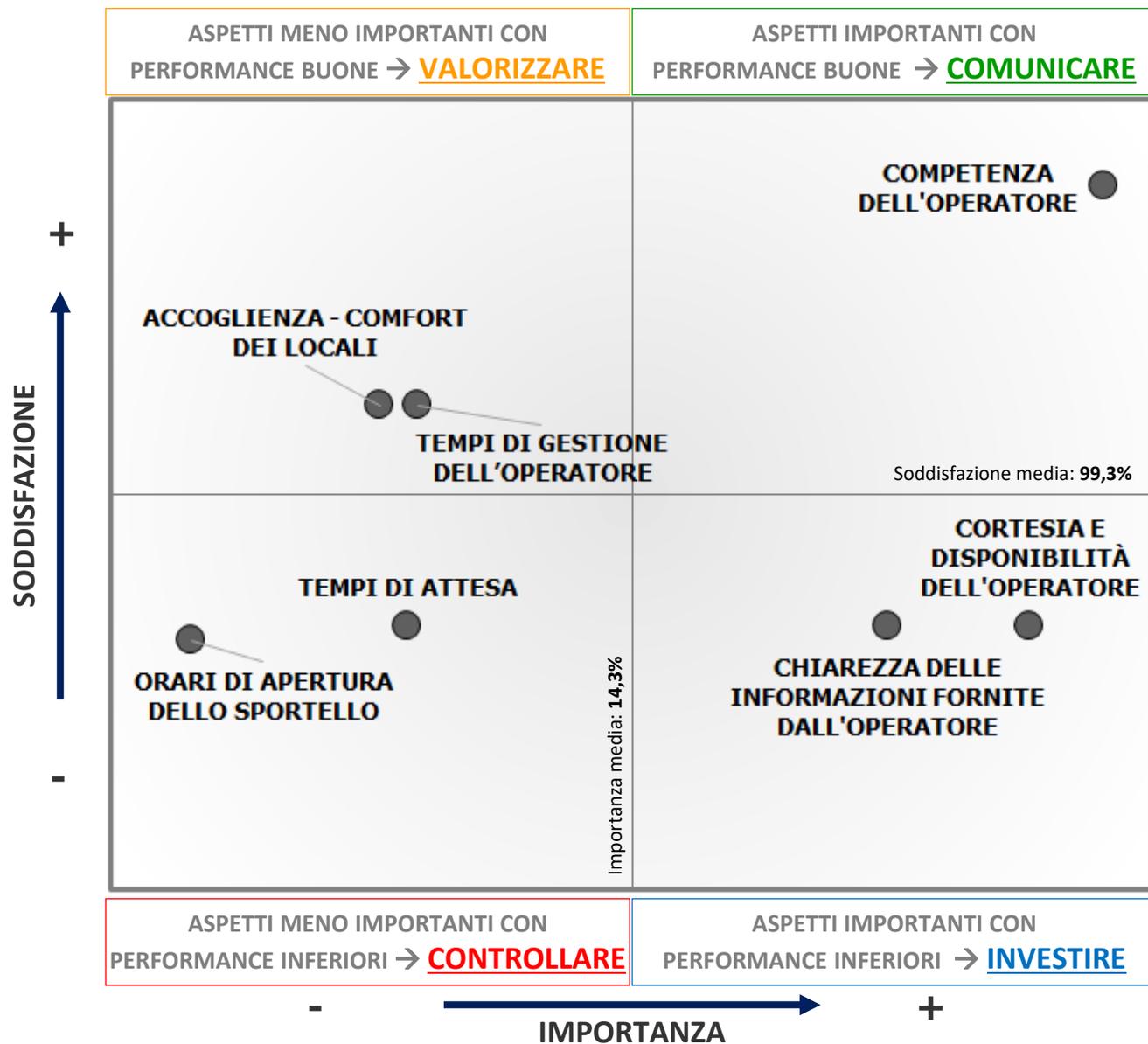
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)





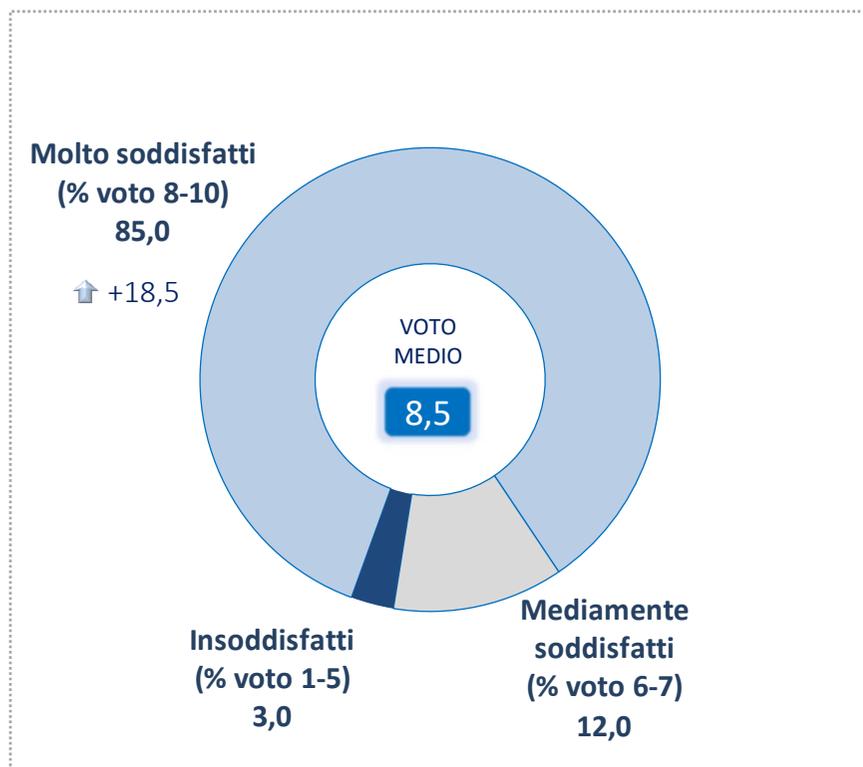
Punti di forza e priorità di intervento



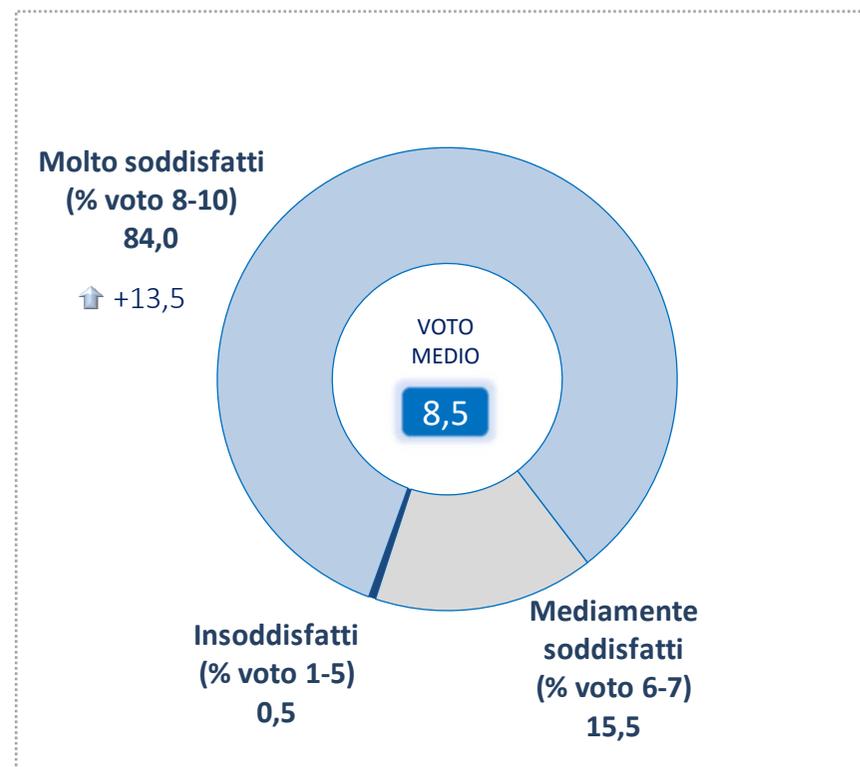
Appuntamento allo sportello

“La società sta destinando lo sportello alla gestione dei casi più complessi o specialistici e per farlo ha previsto la prenotazione per accedere su appuntamento ai locali chiamando il call center.”

“Complessivamente come valuta il servizio di prenotazione allo sportello?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

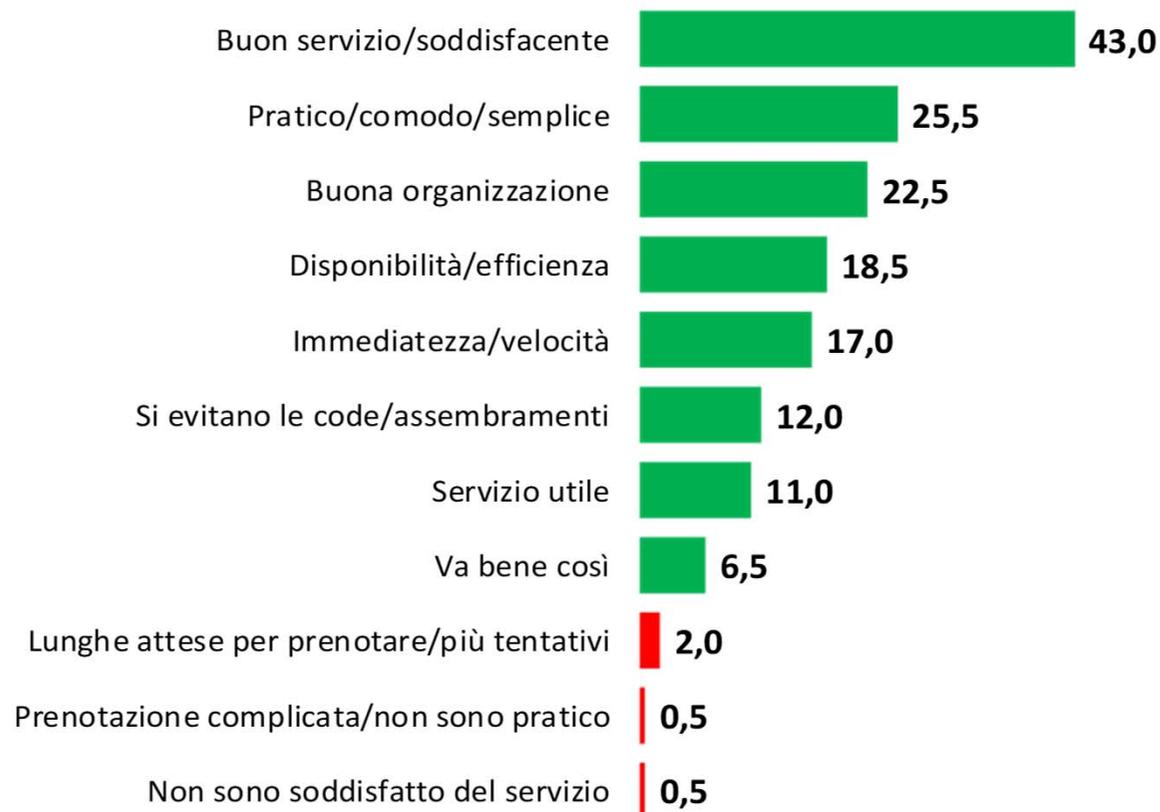


“Come valuta il tempo intercorrente tra la data di prenotazione dell’appuntamento e la data fissata per recarsi allo sportello in relazione alla sua tipologia di richiesta?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



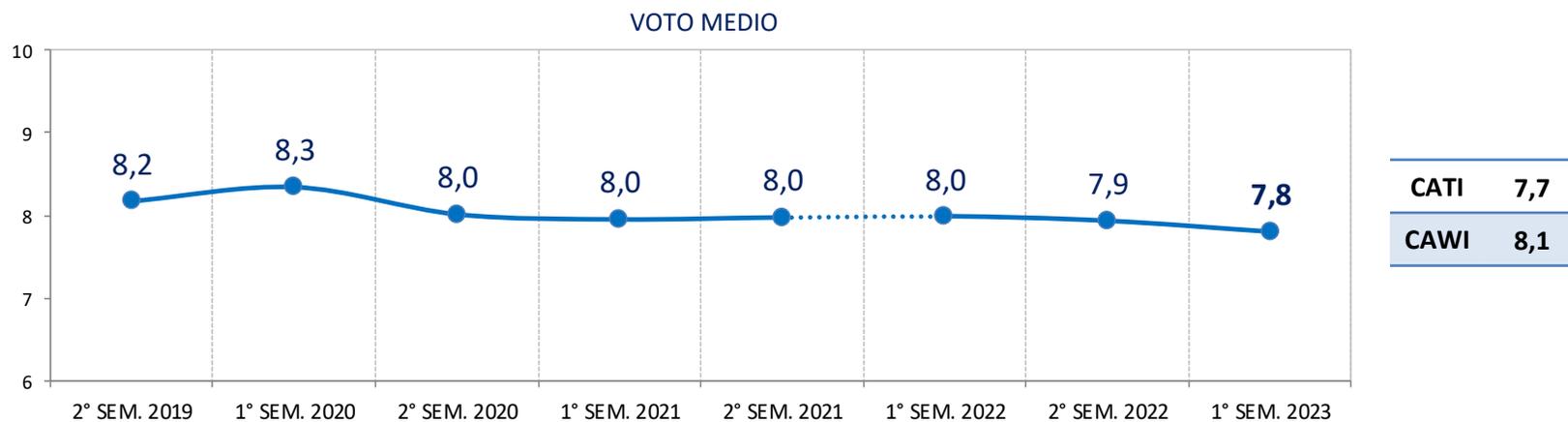
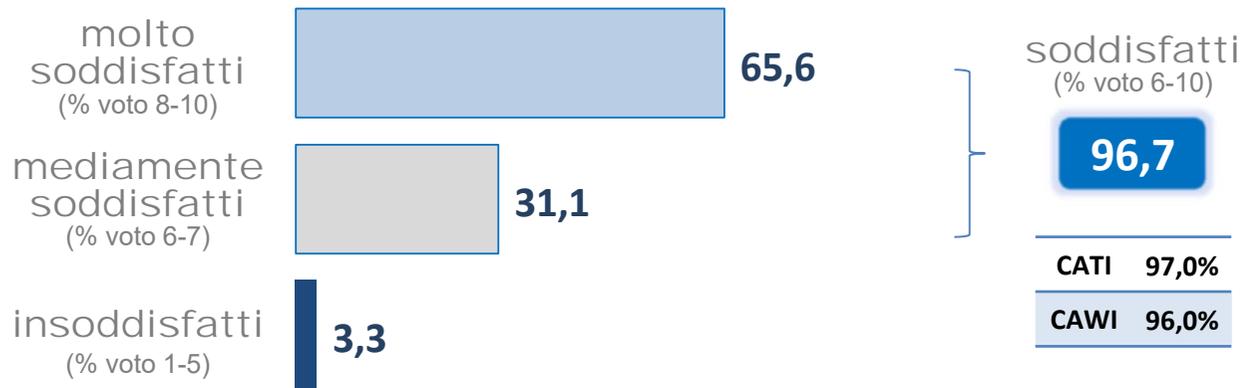
Perché soddisfatti o insoddisfatti...

“Per quale motivo è di questa opinione rispetto al servizio di prenotazione allo sportello?” (risposta spontanea)
%



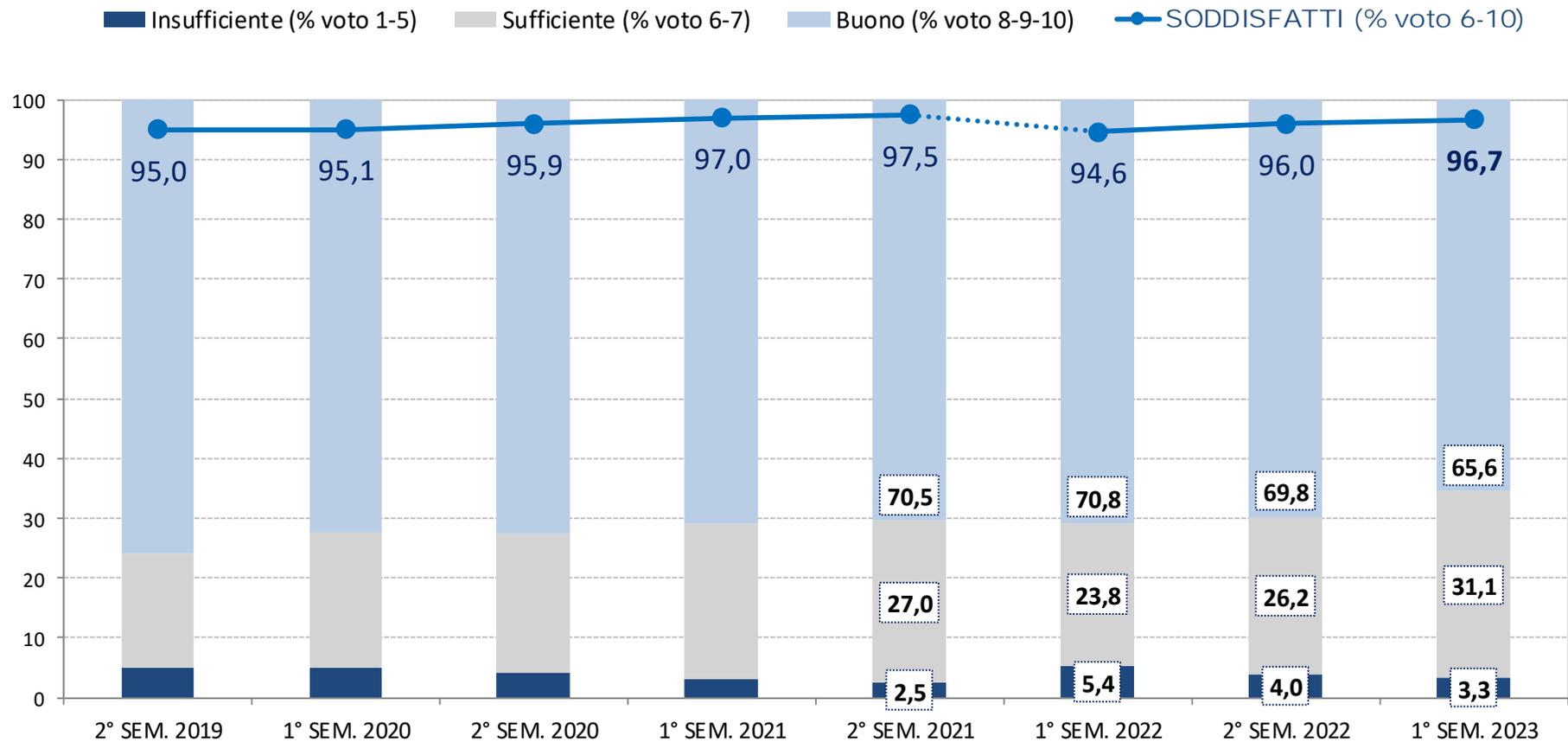
Sportello online

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello online

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



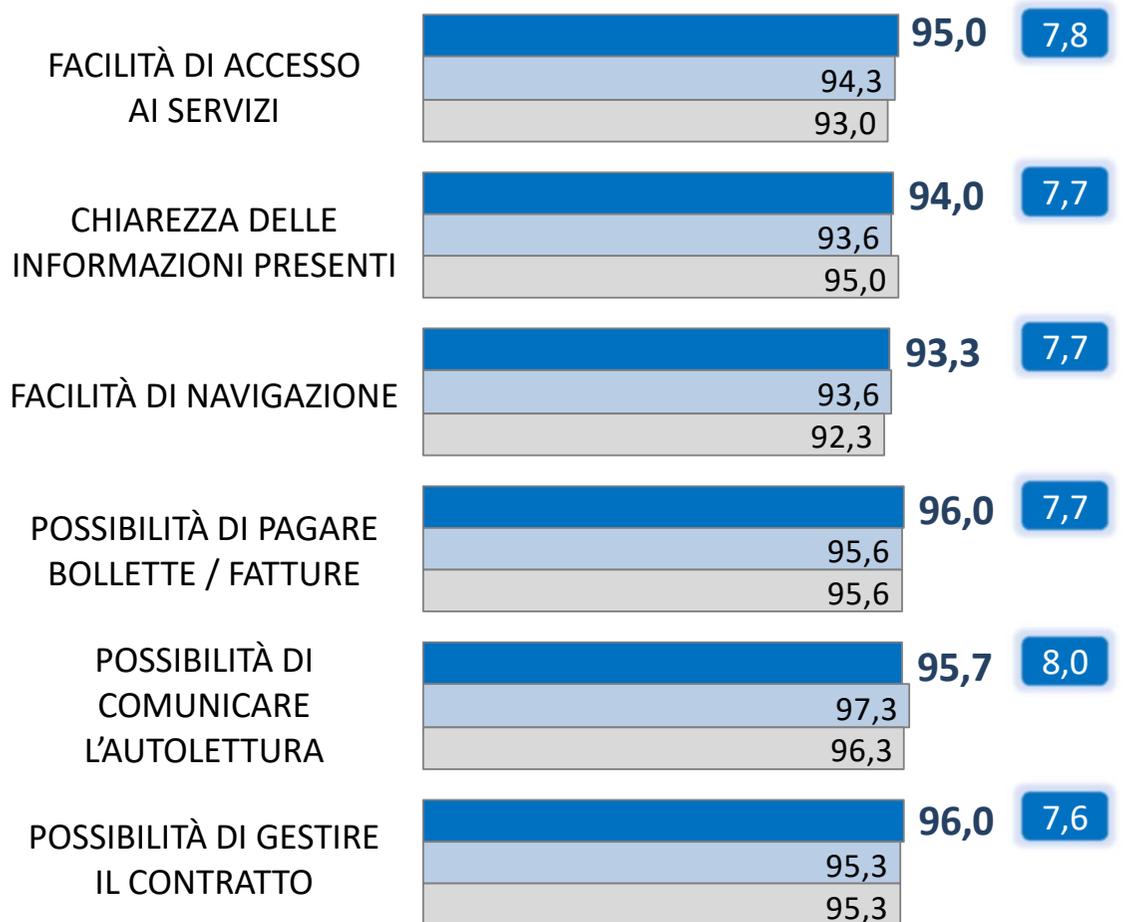
Sportello online - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

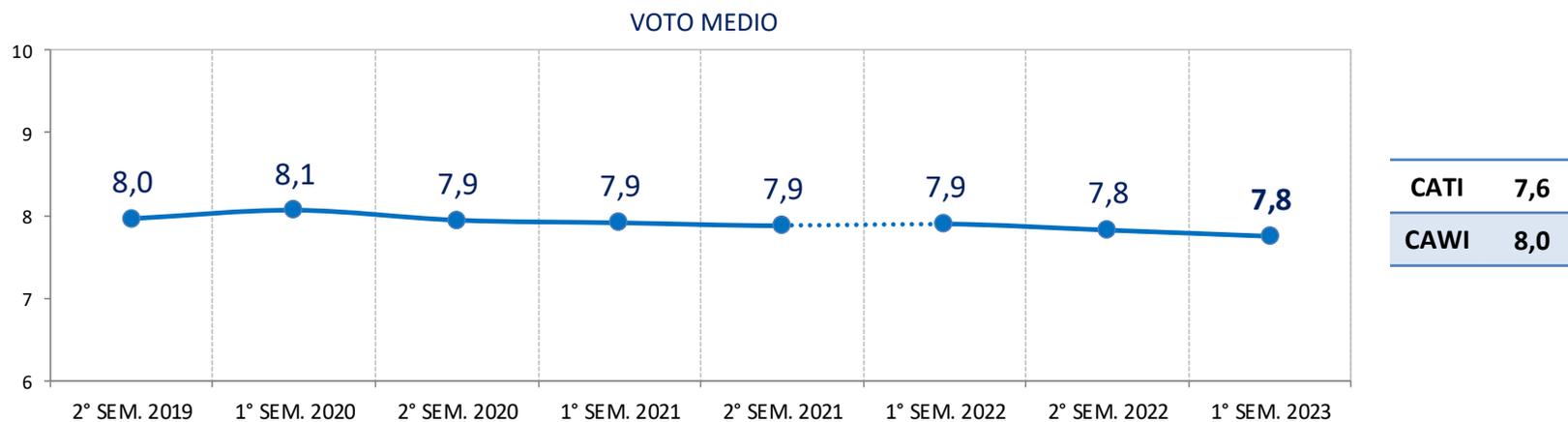
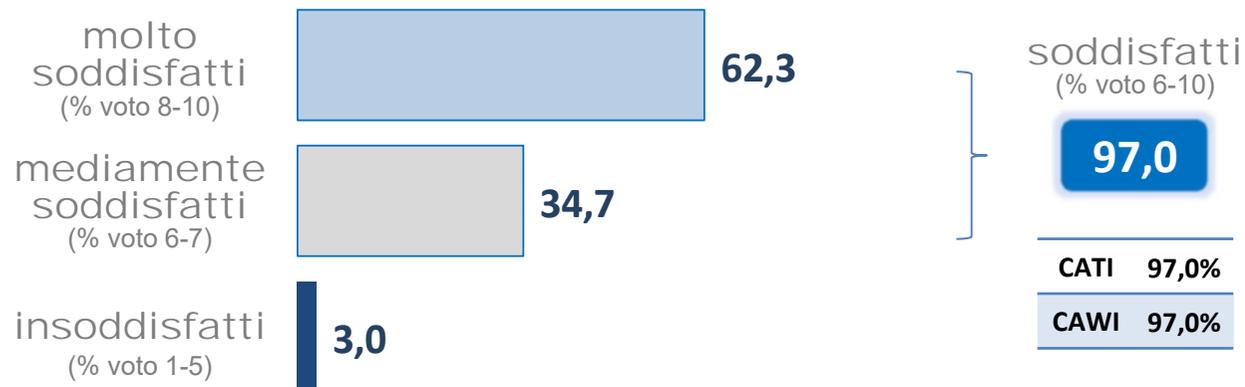


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

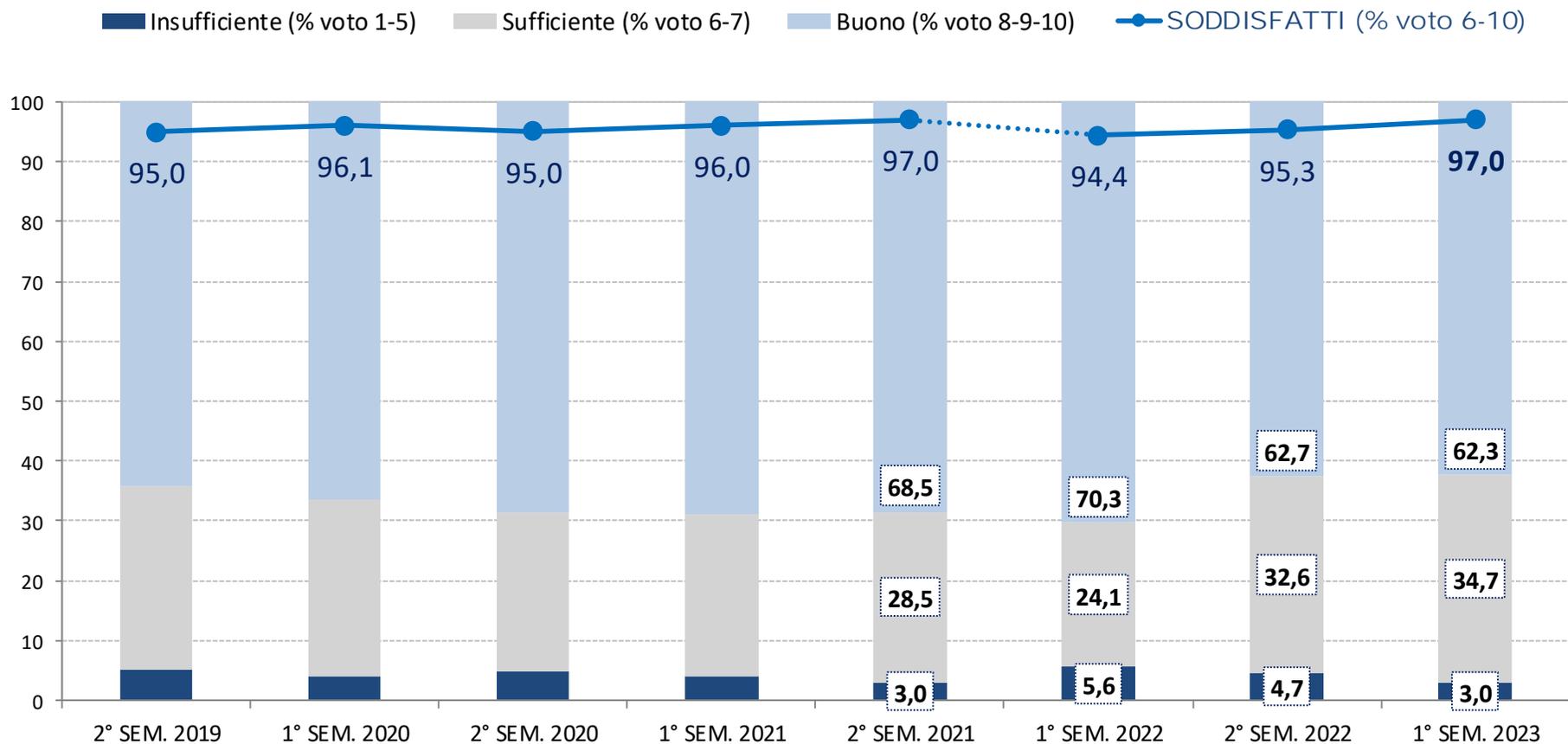


“Considerando complessivamente il sito Internet di Umbra Acque, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sito Internet

“Considerando complessivamente il sito Internet di Umbra Acque, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sito Internet - indicatori di performance

“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

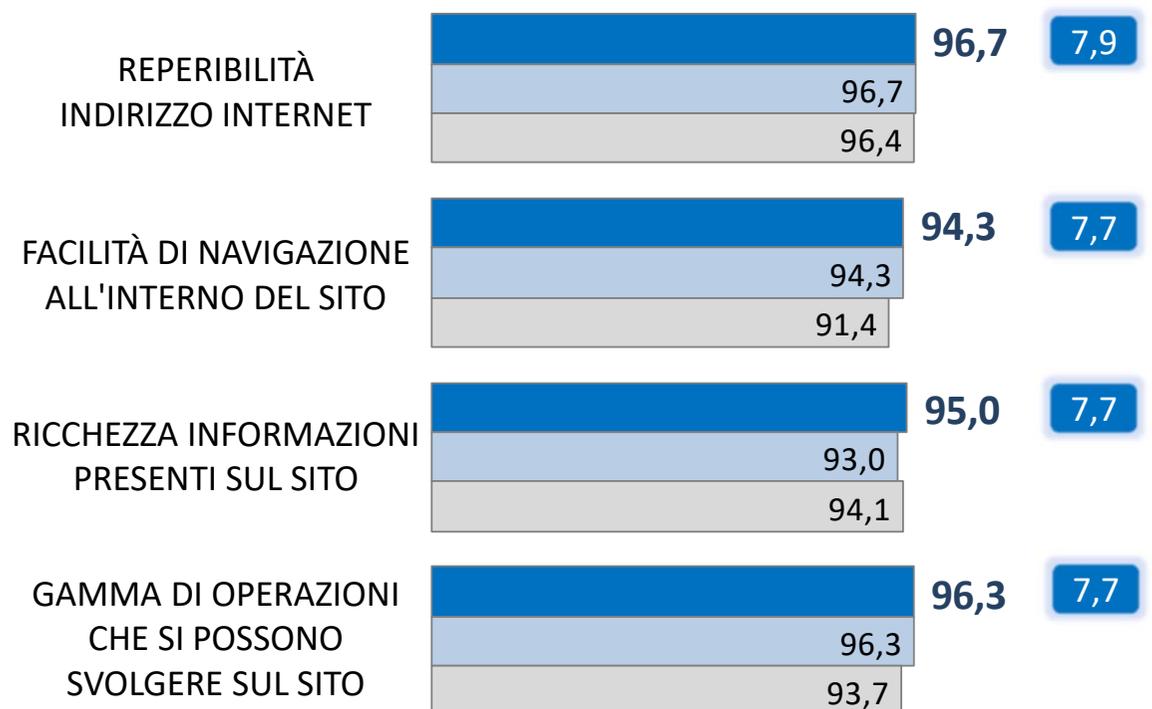
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022 ■ 1° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)



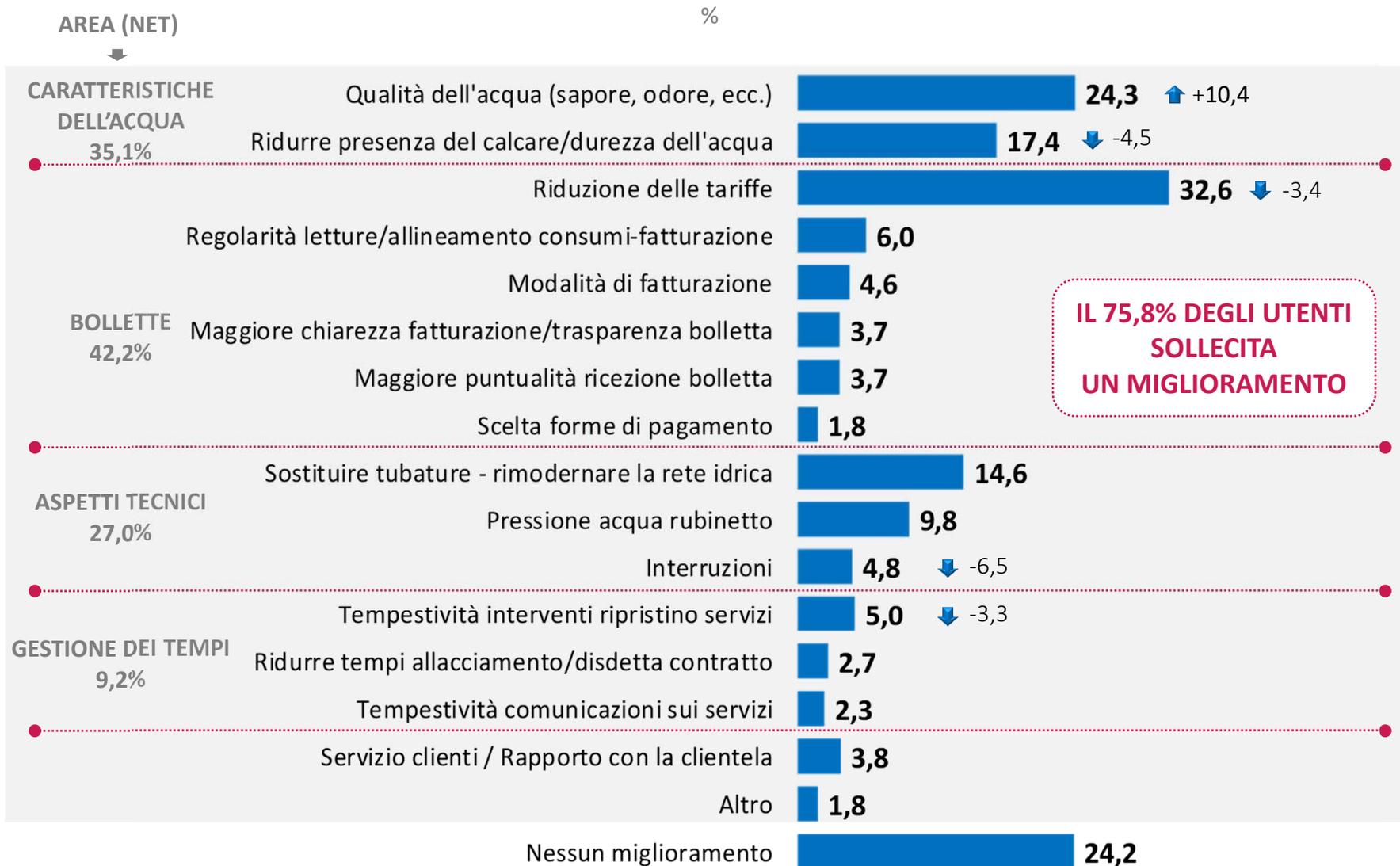
Sezione Open: altri temi

- Aspettative sul servizio
- Canali di contatto
- Protagonisti del servizio idrico
- Acqua dal rubinetto



Aspetti da migliorare

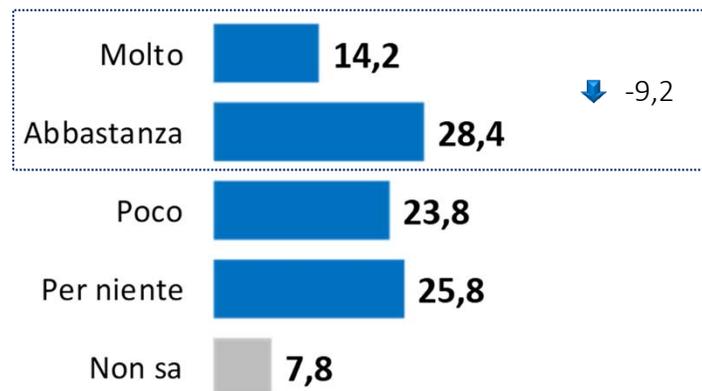
“Quali aspetti del servizio idrico fornito ritiene che debbano essere migliorati ?” (risposta multipla)



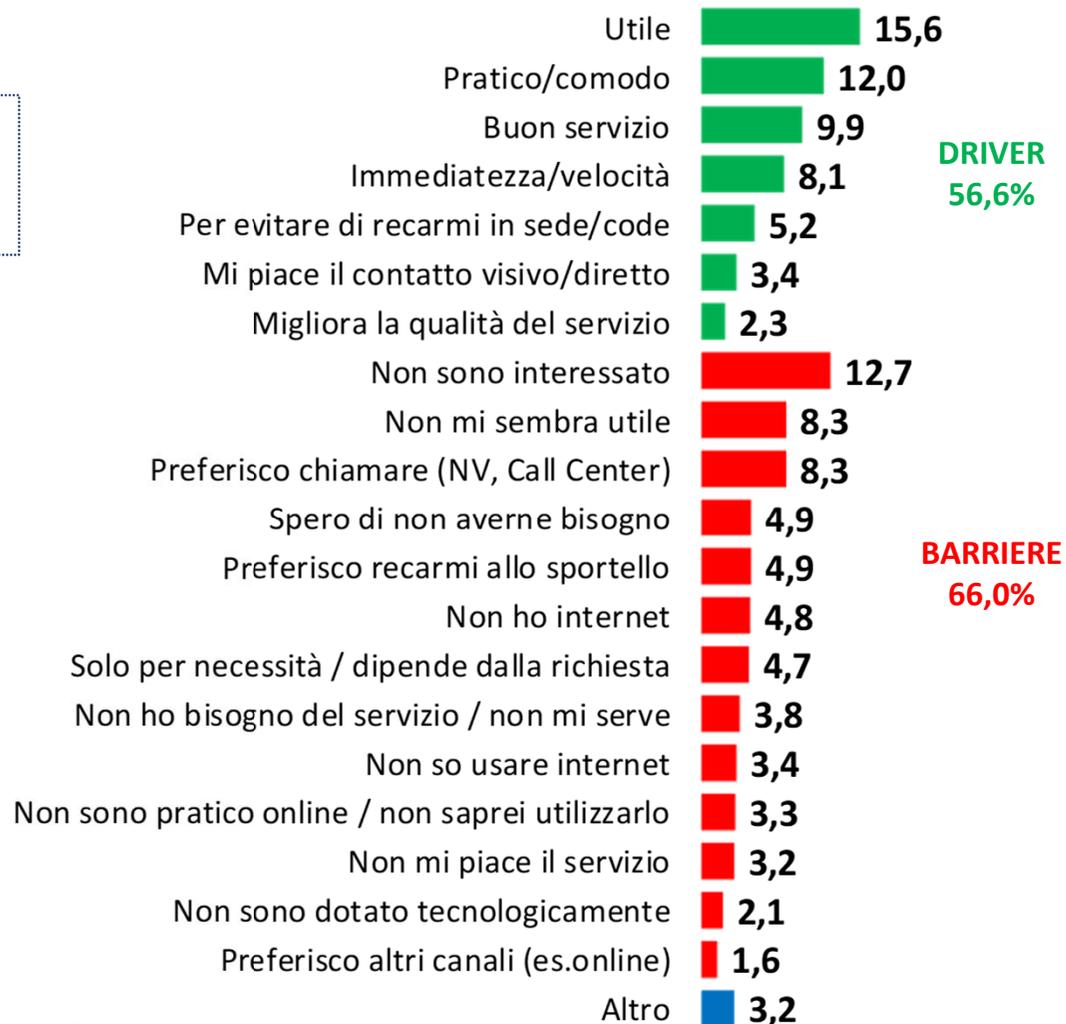
Servizio di videochiamata

IL 12,9% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA ↓ -5,1

“Quanto ritiene sia utile questo servizio di videochiamata per i prossimi mesi, nel caso avesse bisogno di contattare la società?”



Per quale motivo?” (risposta spontanea)





Dove ha reperito il NV?

BOLLETTA



72,6%

SITO INTERNET



18,9%

Linea subito libera 60,7%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **79,6%**

chiamata successiva **8,5%**

altro canale contattato **3,5%**

"A lungo in attesa, senza poter parlare con nessuno"
"Non riusciva ad accedere al servizio"
"Problema irrisolto / persistenza"
"Non era presente l'operatore informato"

Il 42,9% ha tentato di risolvere il problema tramite il sito web / portale self service

Principali motivi di chiamata

- Dati fatture, autoletture e bollette pagate 27,9%
- Mancata ricezione della bolletta 14,9%
- Spiegazioni bollette, modalità pagamento, duplicati 11,9%
- Subentro / Voltura 9,5%
- Apertura nuovo contratto / attivazione 7,5%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

23 RISPOSTE

- del tutto 13,0%
- abbastanza 43,5%

Durata della chiamata



- meno di 2' 8,5%
- tra 2' e 5' 51,2%
- tra 5' e 10' 17,4%



Risolve del tutto la richiesta **80,6%**



Risolve in parte la richiesta **14,4%**



"Attendere una chiamata dell'azienda"
"Presentare della documentazione mancante"
"Chiamare nuovamente il servizio clienti"



Tempi di attesa

prima di parlare con l'operatore

- meno di 15' 67,0%
- tra 15' e 40' 27,5%
- oltre 40' 2,0%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **97,0%**

visita successiva **3,0%**

altro canale contattato **11,0%**

"Dovevano verificare alcuni aspetti per rispondere"
"Doveva presentare la documentazione mancante"



L'86,4% ha tentato di risolvere il problema contattando il Numero Verde

Principali motivi di visita

- Subentro / Voltura 24,5%
- Info bollette, modalità pagamento, duplicati 19,0%
- Richiesta nuovo contratto / variazione 17,5%
- Rateizzazione 7,0%
- Mancata ricezione delle bollette 6,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

 **27 RISPOSTE**

- del tutto 22,2%
- abbastanza 48,1%

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 10,0%
- tra 5' e 15' 70,5%
- tra 15' e 40' 16,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **92,5%**



Risolve in parte la richiesta **2,0%**



"Attendere una chiamata dell'azienda"
"Fare dei pagamenti per dar corso alla pratica"

Scelta dello sportello rispetto al NV

“Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli sportelli di Umbra Acque invece che contattare il Numero Verde?”
(risposta multipla)





Dove ha reperito l'indirizzo?

SITO INTERNET



42,5%

BOLLETTA



56,2%

Tramite lo sportello online



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **82,9%**



Alcune funzionalità sono carenti **15,7%**



*“Per concludere la pratica ha dovuto contattare il NV”
“Tempi di risposta a richieste/reclami troppo lunghi”*

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 34,4%

Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 58,7%
- Gestione del contratto 37,3%
- Pagamento della bolletta / fattura 26,3%
- Informazioni contrattuali 18,7%
- Visualizzazione estratto conto 13,3%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

- del tutto 50,0%
- abbastanza 46,0%

42,1% ha utilizzato altri canali, quali...



! 126 RISPOSTE

59,5%

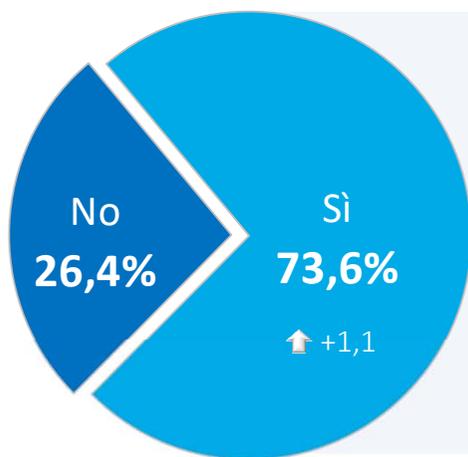
34,9%



App MyUmbraAcque



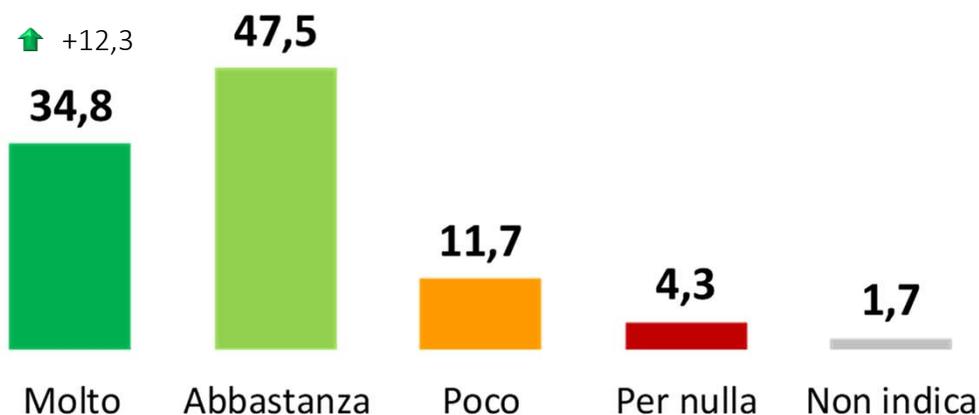
“Lei sa che esiste l'applicazione MyUmbraAcque scaricabile gratuitamente sullo smartphone/tablet dove è possibile effettuare le stesse operazioni dello sportello online?”



Al **68,6%** è capitato di utilizzare l'App MyUmbraAcque dal proprio smartphone/tablet

“Quanto gradisce in generale la possibilità di potere effettuare le stesse operazioni dello sportello online attraverso l'applicazione MyUmbraAcque direttamente dal suo smartphone/tablet?”

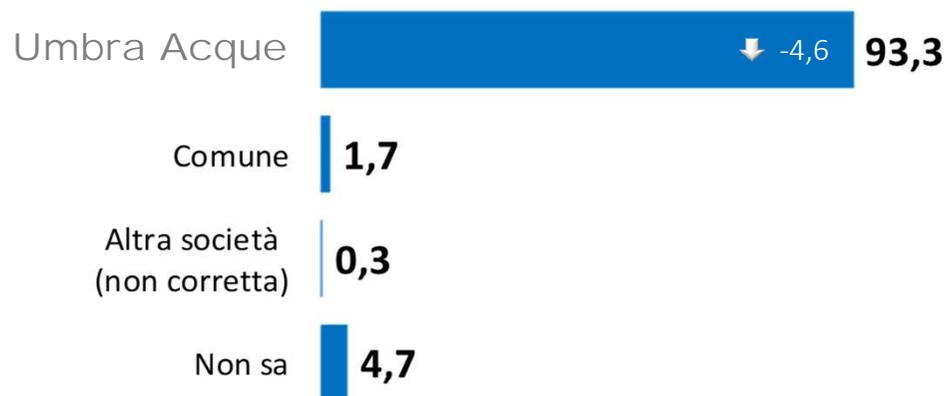
%



Conoscenza protagonisti servizio idrico

“Sa indicarmi il nome dell’azienda o ente che eroga l’acqua potabile nel suo Comune?” (risposta spontanea) *

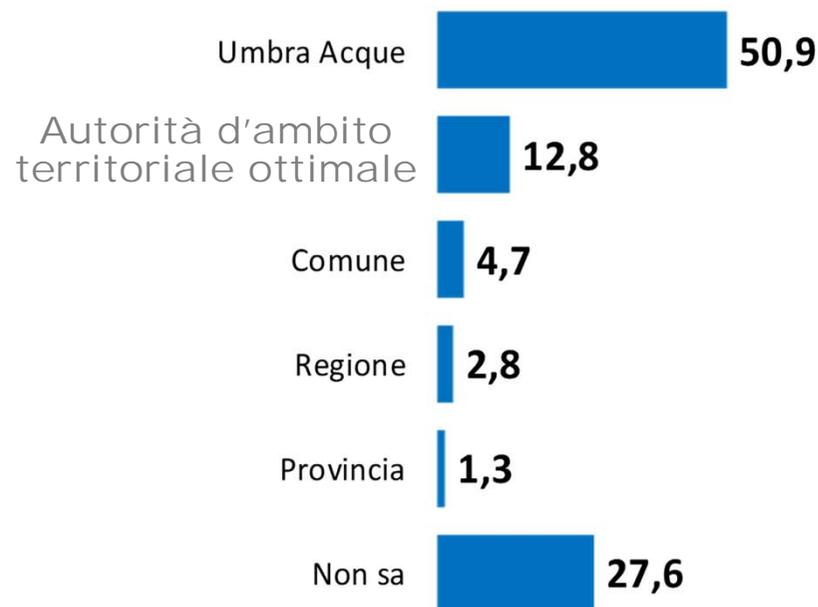
%



* Rispondenti solo CATI

“Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?” (risposta spontanea)

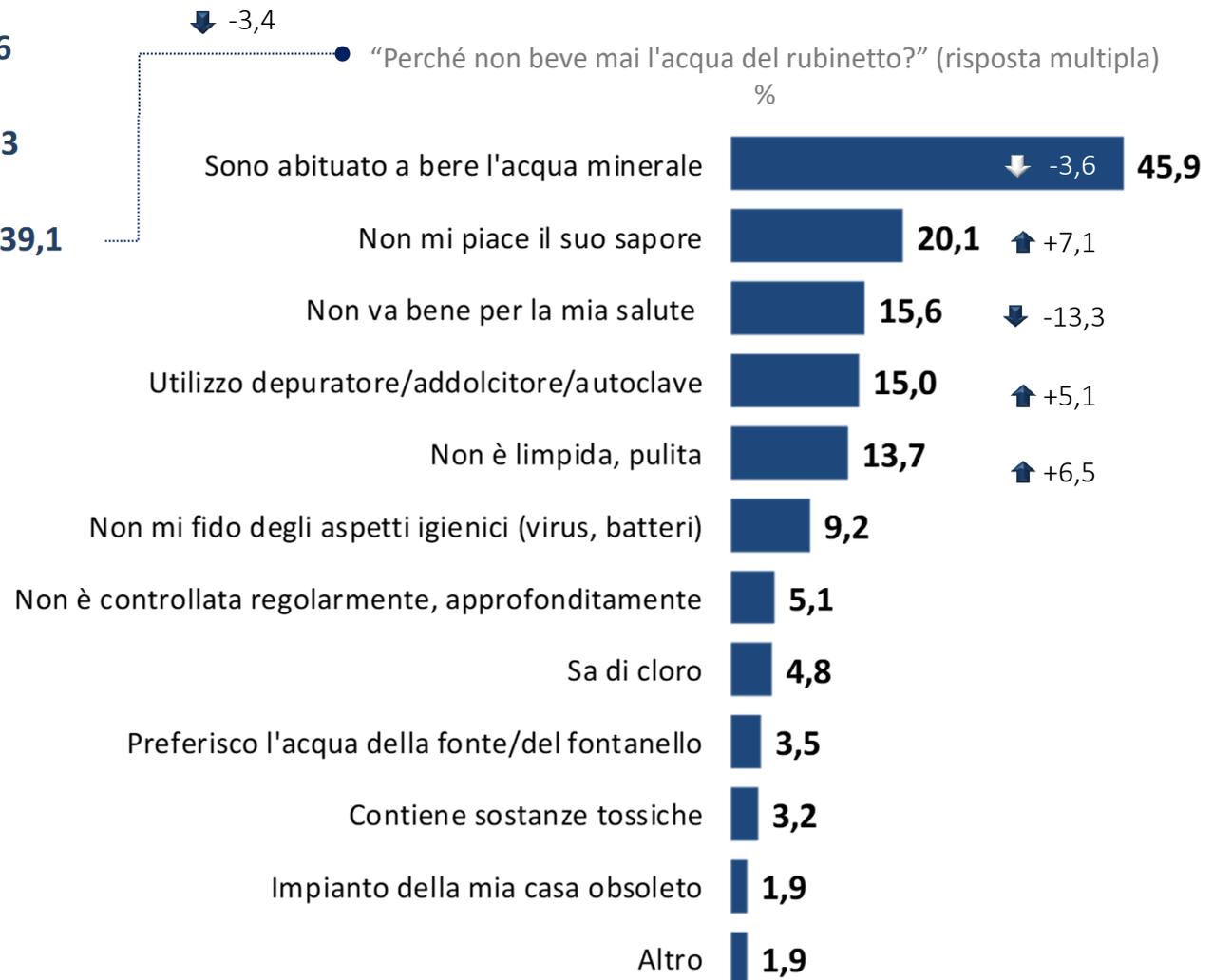
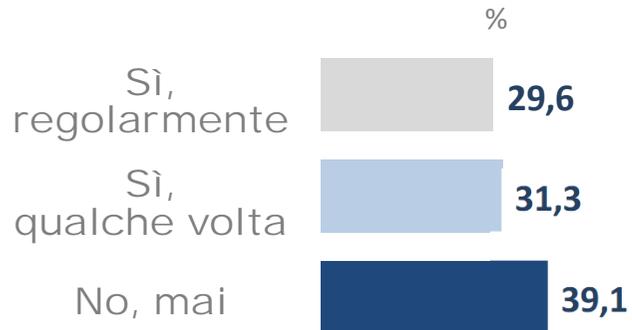
%



Utilizzo dell'acqua potabile



“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”



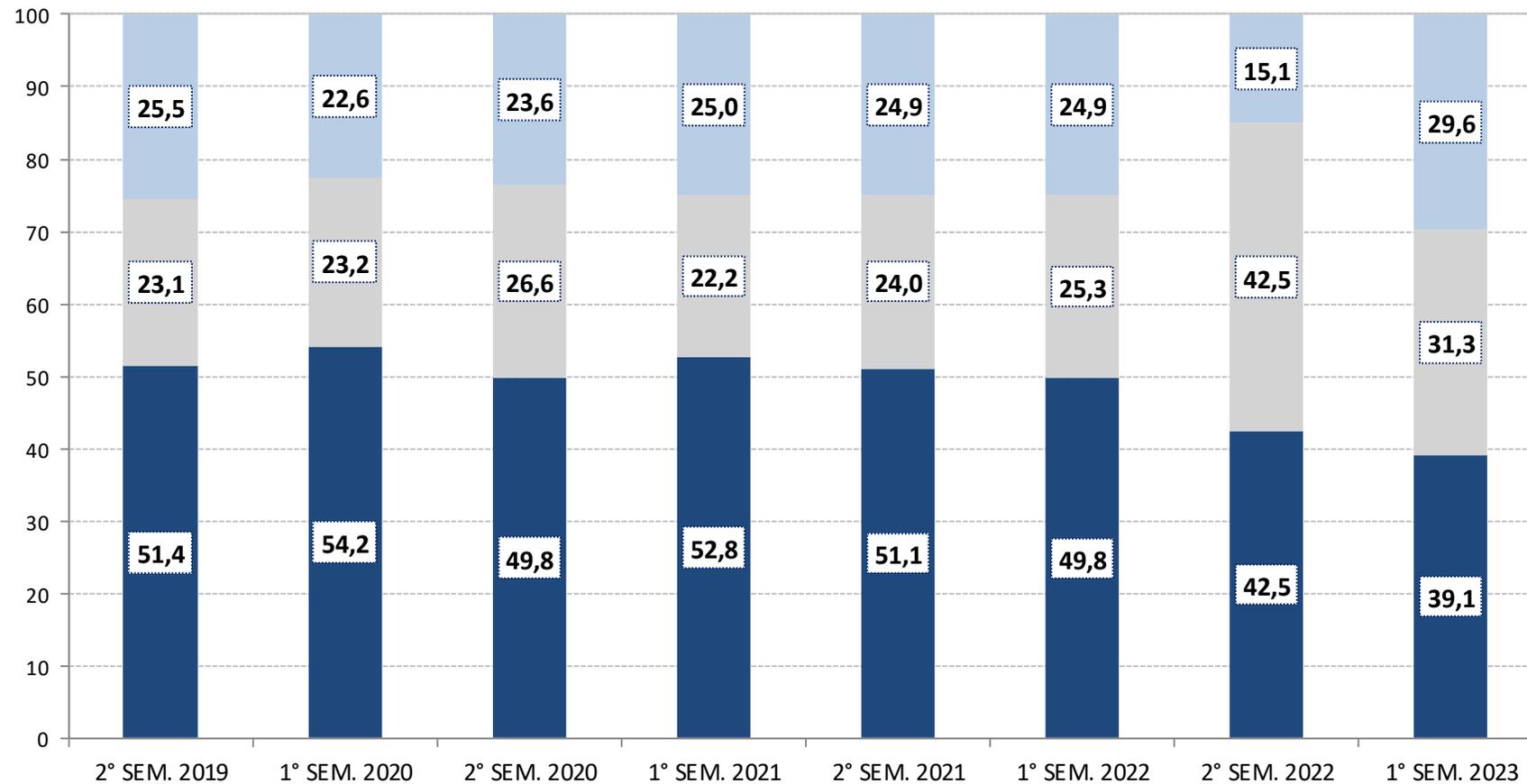
Utilizzo dell'acqua potabile



“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”

%

■ No, mai ■ Sì, qualche volta ■ Sì, regolarmente



Approfondimento parametrico

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		base	CATI (701)	CAWI (200)
SESSO	UOMO		45,0%	65,0%
	DONNA		55,0%	35,0%
ETÀ	18-44 ANNI		15,5%	12,8%
	45-54 ANNI		26,8%	20,0%
	55 + ANNI		57,7%	67,2%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE		57,7%	86,0%
	INFERIORE		42,3%	14,0%



Valutazione del servizio idrico

SODDISFAZIONE		base	CATI (700)	CAWI (200)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		89,1%	72,8%
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		89,1%	78,5%
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		97,6%	86,9%
	<i>Continuità del servizio</i>		97,4%	92,7%
	<i>Livello di pressione</i>		95,1%	89,0%
FATTURAZIONE	voto 6-10		95,9%	75,4%
	<i>Regolarità lettura contatori</i>		94,7%	66,7%
	<i>Chiarezza e facilità lettura</i>		94,1%	74,4%
	<i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>		93,7%	75,9%
	<i>Invio regolare fatture</i>		94,3%	75,9%
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		94,4%	72,5%





Società del Gruppo **i**ntersistemi



Sede Legale

Firenze
Via Atto Vannucci, 7
50134 Firenze
055 470374

Sedi Operative

Roma
Via dei Galla e Sidama, 23
00199 Roma
06 89924900

Firenze
Via Gianni 4r, 39
50134 Firenze
055 470374

Milano
Viale Brianza, 24
20127 Milano
06 89924900

