

Indagine di Customer Satisfaction

1° semestre 2021

report



realizzata da



Direzione Affari Legali, Societari e
Servizi Corporate Unità Stakeholder
engagement e Sostenibilità –
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>	46
(aree d'indagine comuni a tutte le società del Gruppo Acea)		(aree di approfondimento su temi d'interesse della società)	
💧 Giudizio "di pancia" sul servizio idrico	11	💧 Aspetti da migliorare	47
💧 Qualità dell'acqua	14	💧 Servizio di videochiamata	48
💧 Aspetti tecnici del servizio	16	💧 Numero Verde Commerciale	49
💧 Fatturazione	19	💧 Sportello	50
💧 Rapporto qualità prezzo	22	💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	51
💧 Segnalazione guasti	24	💧 Sportello online	52
💧 Intervento tecnico	27	💧 App MyUmbraAcque	53
💧 Numero Verde Commerciale	30	💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	54
💧 Sportello	34	💧 Utilizzo dell'acqua potabile	56
💧 Sportello online	40		
💧 Sito Internet	43		

INDAGINE CAWI 57



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** (già **Acquedotto del Fiora**), **Acque, Publiacqua, Acea Molise** (già **Crea Gestioni**), **Gesesa** e **Geal**, mentre per il settore *Energia*: **ACEA Energia** e **Areti** (servizi distribuzione energia elettrica e illuminazione pubblica).

Ogni annualità prevede circa 50.000 interviste su territorio nazionale - con cadenza di rilevazione semestrale.

Per l'anno 2021, **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 Direzione Affari Legali, Societari e Servizi Corporate Unità Stakeholder engagement e Sostenibilità – 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 2021**.



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 **1.806 clienti della società**: la raccolta dei dati è avvenuta da marzo ad aprile 2021.

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 tecnica di raccolta è **C.A.T.I.** (Computer Assisted Telephone Interview).

→ *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.*

L'indagine generalista ha anche previsto la somministrazione di questionari online (C.A.W.I.) a un campione di clienti domestici e non domestici con utenza diretta o condominiale.

L'universo di riferimento è rappresentato dal totale delle utenze che hanno fornito all'azienda un indirizzo email.



Metodologia: struttura d'indagine

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

- 📍 **800** interviste rivolte a **clienti domestici** (723 interviste) e **non domestici** (77 interviste) **con utenza diretta** (**indagine generale**)
 - 📍 **200** interviste rivolte a clienti che **hanno chiamato il Numero Verde Commerciale** (**call back NV Commerciale**)
 - 📍 **202** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti** (**call back NV segnalazione guasti**)
 - 📍 **202** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli** (**call back sportelli fisici**)
 - 📍 **202** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno ricevuto un intervento tecnico** (**call back intervento tecnico**)
 - 📍 **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati allo sportello online** (**call back sportello online**)
- *Per l'indagine generale sono state realizzate 700 interviste CATI e 100 interviste CAWI.*
 - *I risultati dell'indagine online sono stati analizzati e presentati separatamente.*
 - *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione generale CATI di 700 casi è pari a +/- 3,7 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 CATI n° interviste	% AREA
CENTRO	330	47,1
EST	85	12,1
NORD	105	15,0
OVEST	100	14,3
SUD	80	11,4

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	51,1	65,3	63,4	55,5	63,4	60,5
DONNA	48,9	34,7	36,6	44,5	36,6	39,5
18-34 ANNI	9,6	4,0	2,0	5,0	3,5	9,0
35-44 ANNI	18,8	21,8	22,3	18,5	16,3	24,0
45-54 ANNI	24,5	25,2	23,3	26,5	20,3	28,0
55-64 ANNI	23,5	20,8	15,3	16,0	21,3	24,0
65 + ANNI	23,5	28,2	37,1	34,0	38,6	15,0
ISTRUZIONE SUPERIORE	71,9	51,0	39,1	50,5	54,0	66,0
ISTRUZIONE INFERIORE	28,1	49,0	60,9	49,5	46,0	34,0
LAVORATORE DIPENDENTE	43,9	37,1	25,7	33,5	34,2	52,5
LAVORATORE AUTONOMO	15,9	20,3	20,3	24,5	15,3	21,5
DISOCCUPATO – IN CERCA	3,3	0,5	-	-	1,5	-
PENSIONATO	23,6	25,7	32,2	27,0	34,2	17,5
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	13,3	16,3	21,8	15,0	14,9	8,5

Customer Satisfaction Index (CSI)

→ CSI PARZIALI

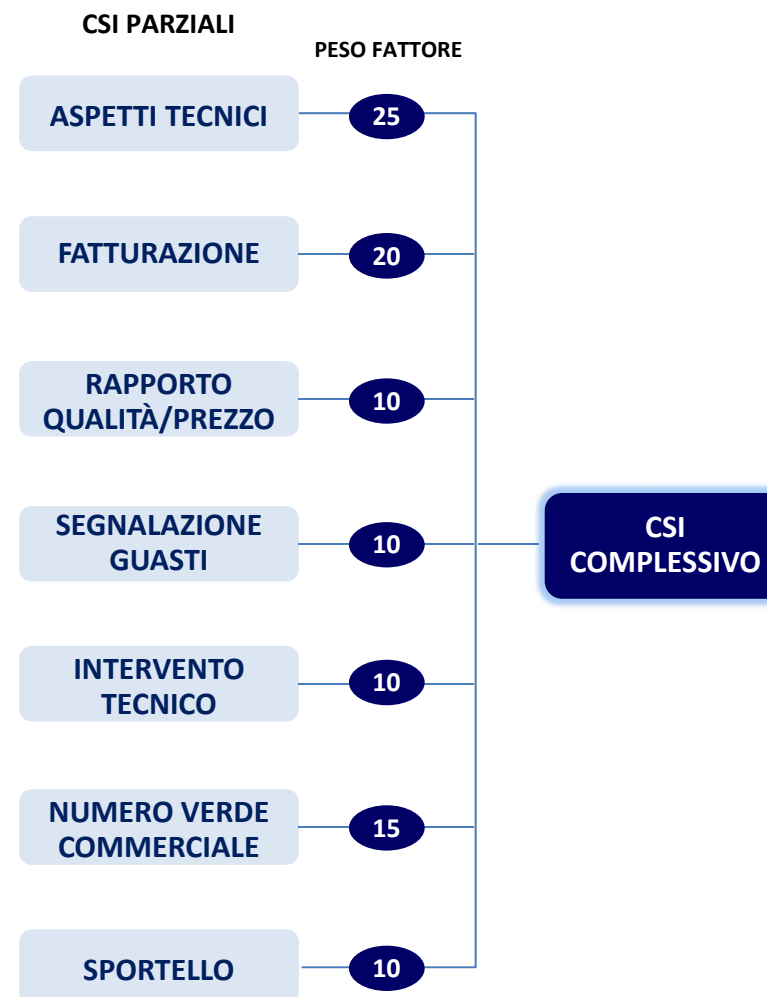
Sono calcolati come media ponderata della % di soddisfazione tenendo conto dell'importanza attribuita a ciascun aspetto.

→ CSI COMPLESSIVO

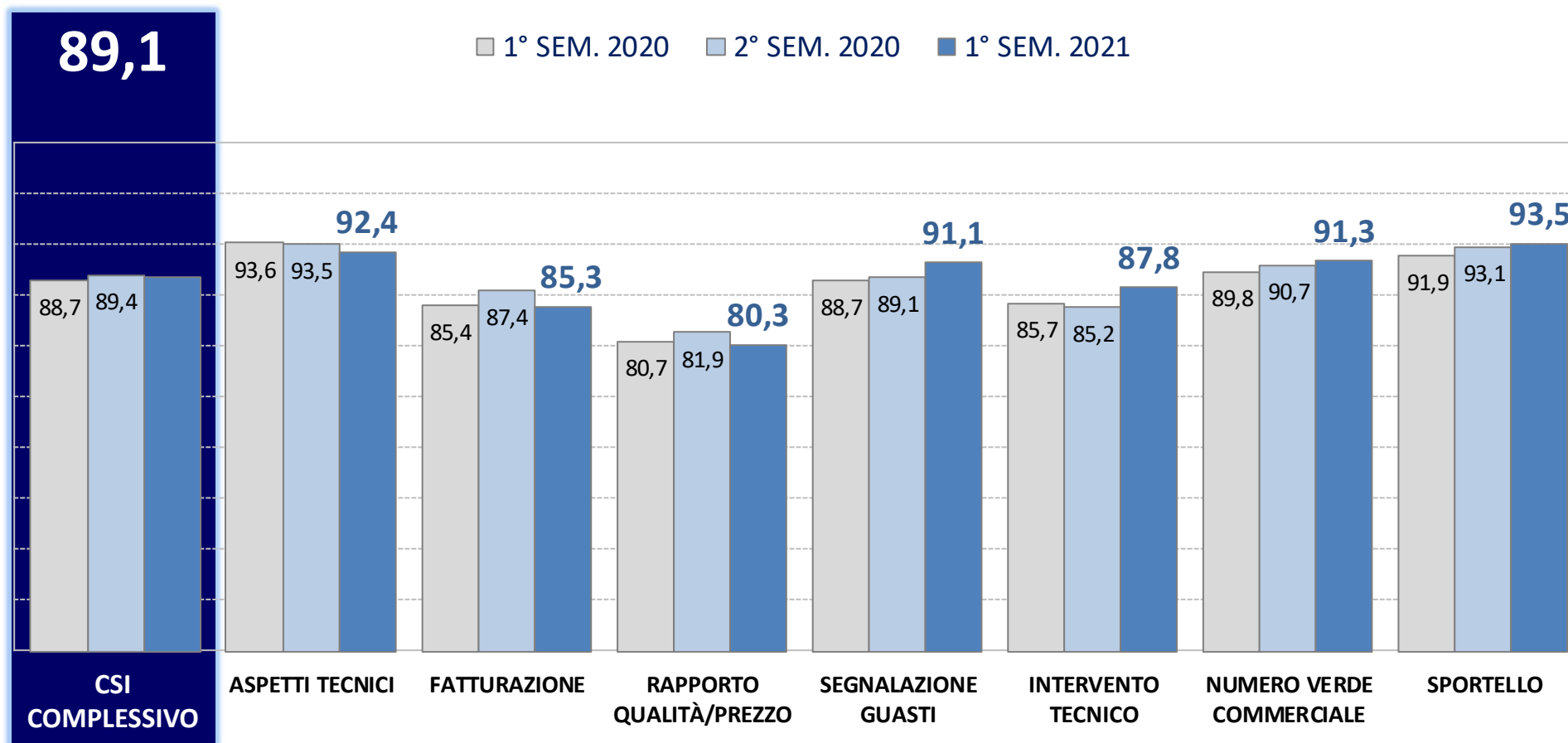
Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi, definiti da ACEA, sono gli stessi utilizzati nei precedenti monitoraggi.

In formula:

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



CSI – Customer Satisfaction Index



Sezione Customer Satisfaction

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

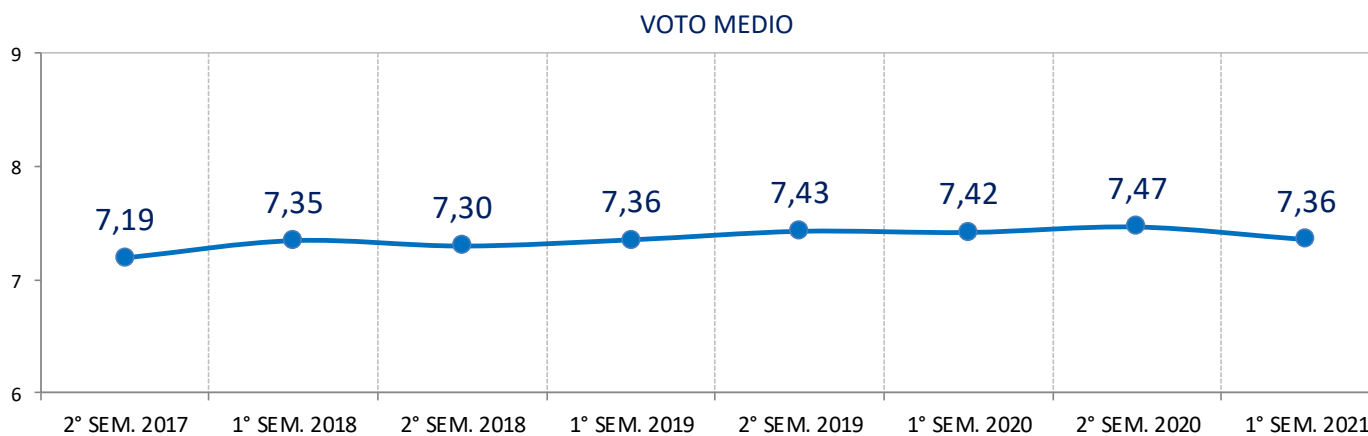
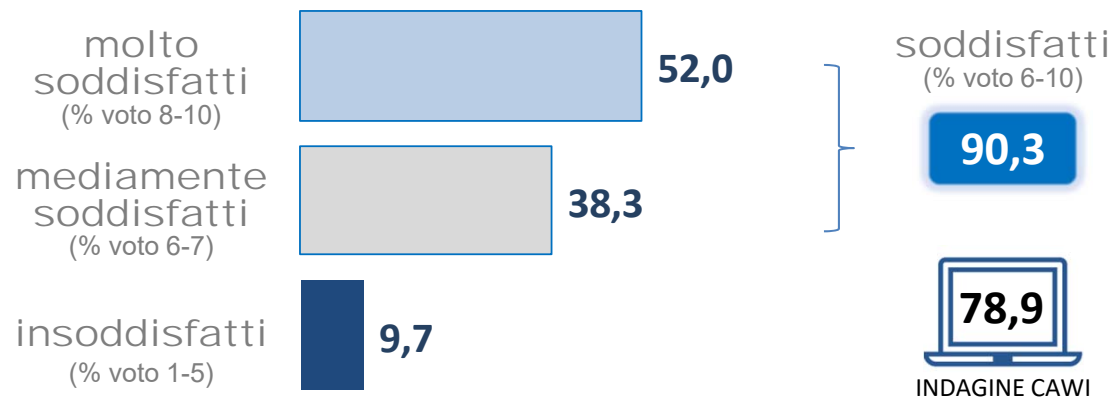
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **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**.

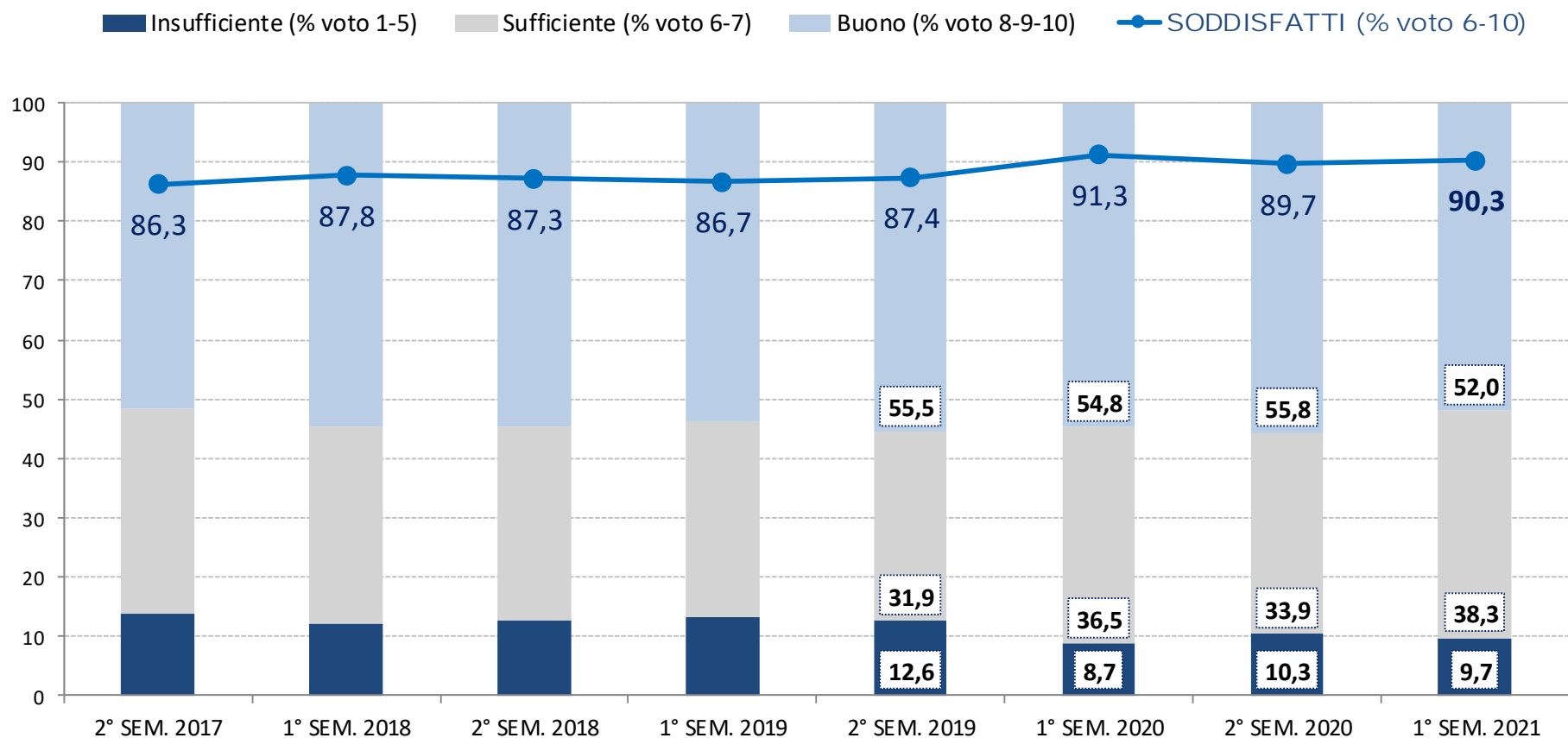
Giudizio "di pancia" sul servizio idrico

"Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da Umbra Acque."
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Giudizio "di pancia" sul servizio idrico

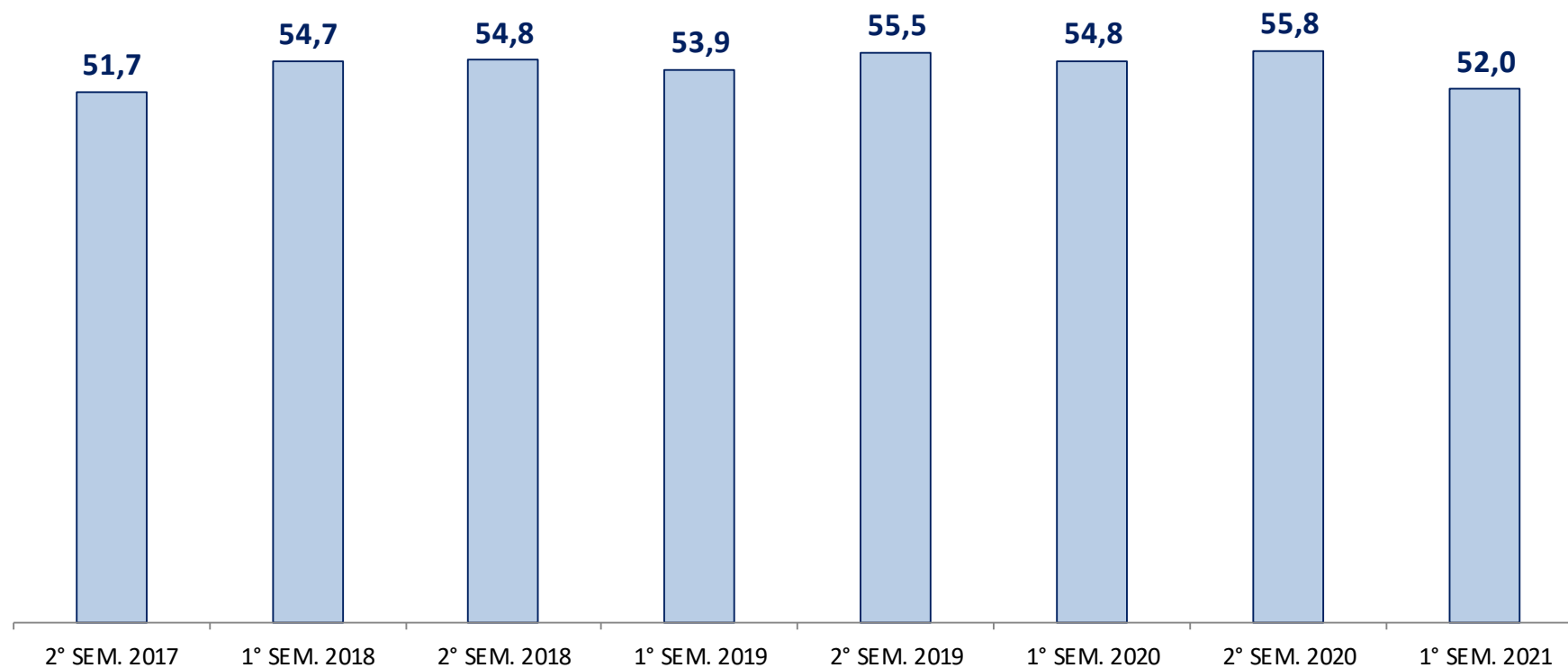
"Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da Umbra Acque."
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

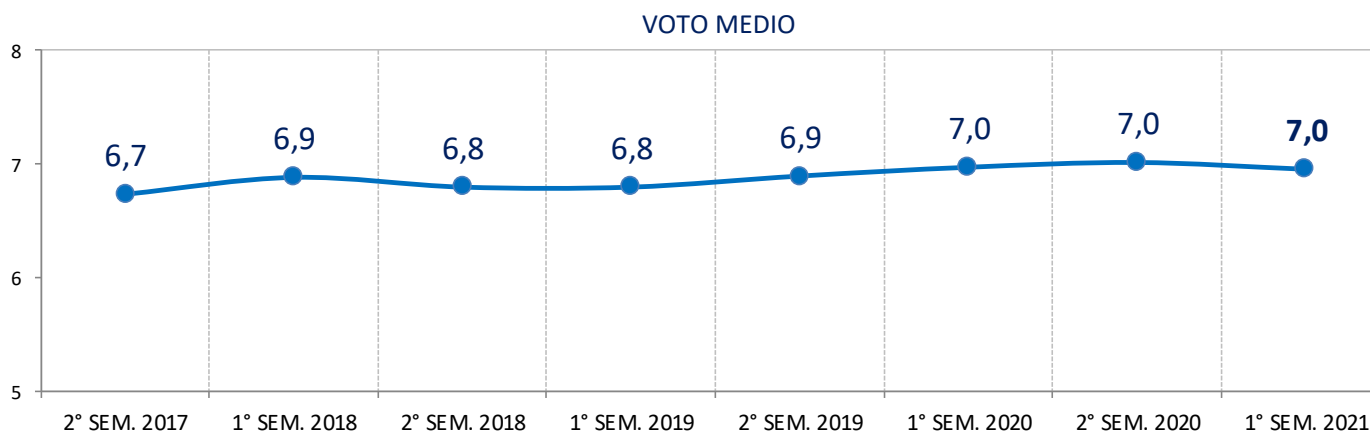
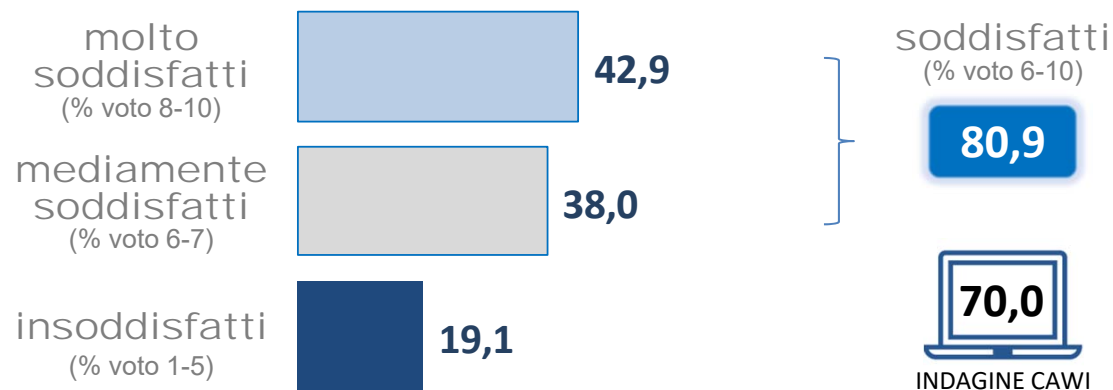
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da Umbra Acque.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

molto soddisfatti
(% voto 8-10)



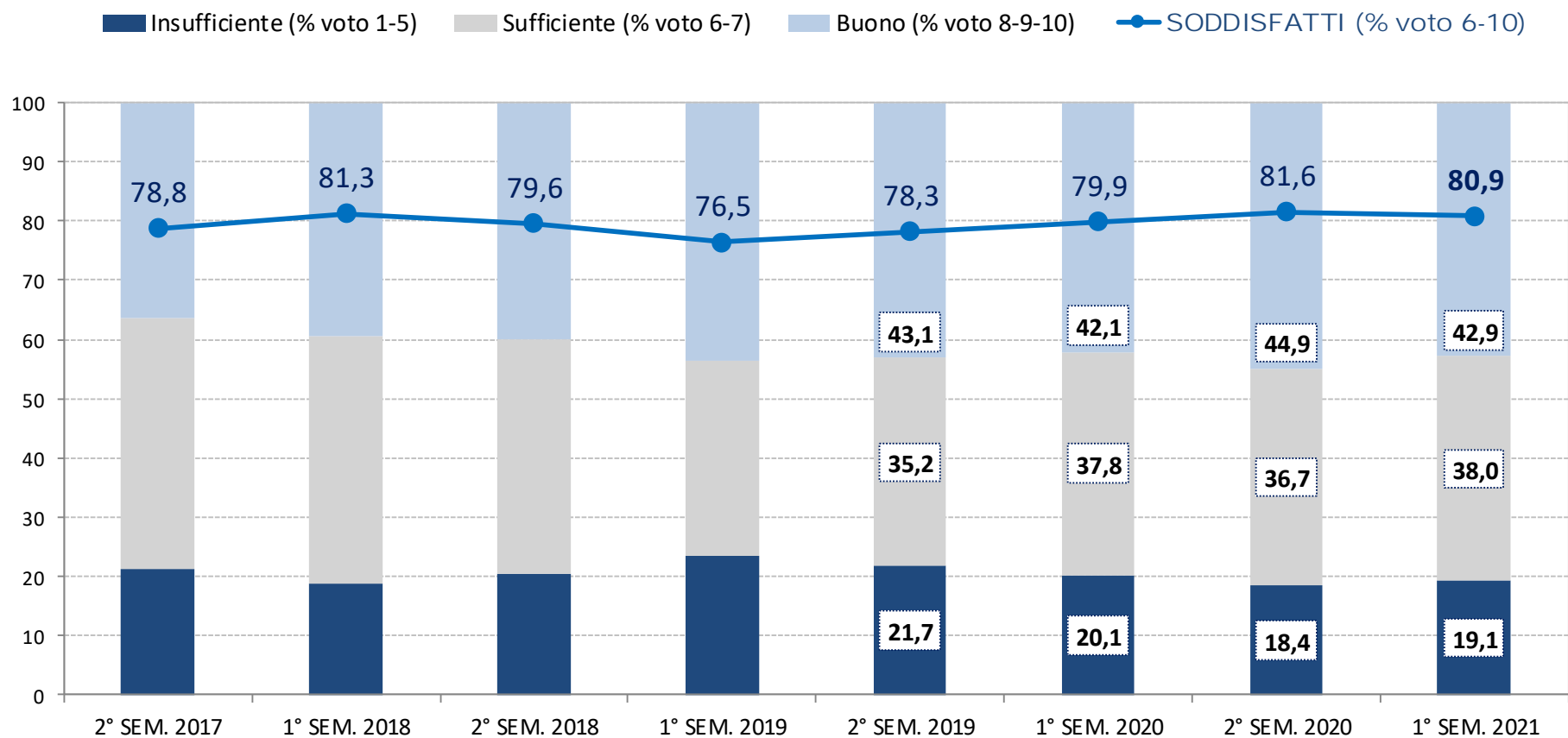
Qualità dell'acqua

“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]



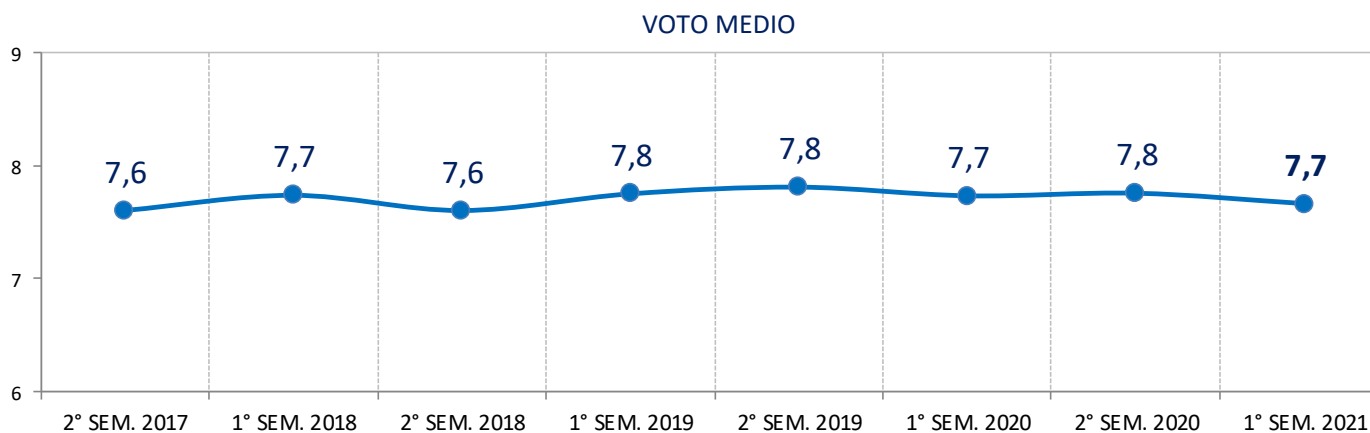
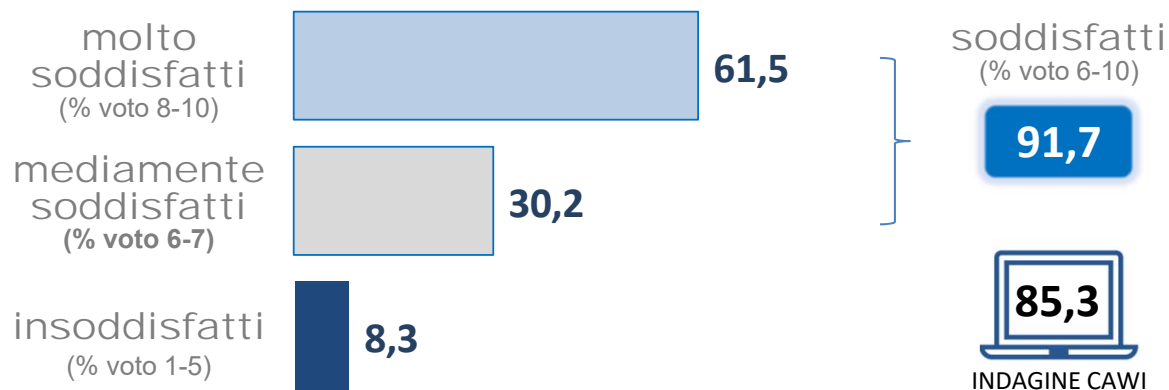
Qualità dell'acqua

“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]



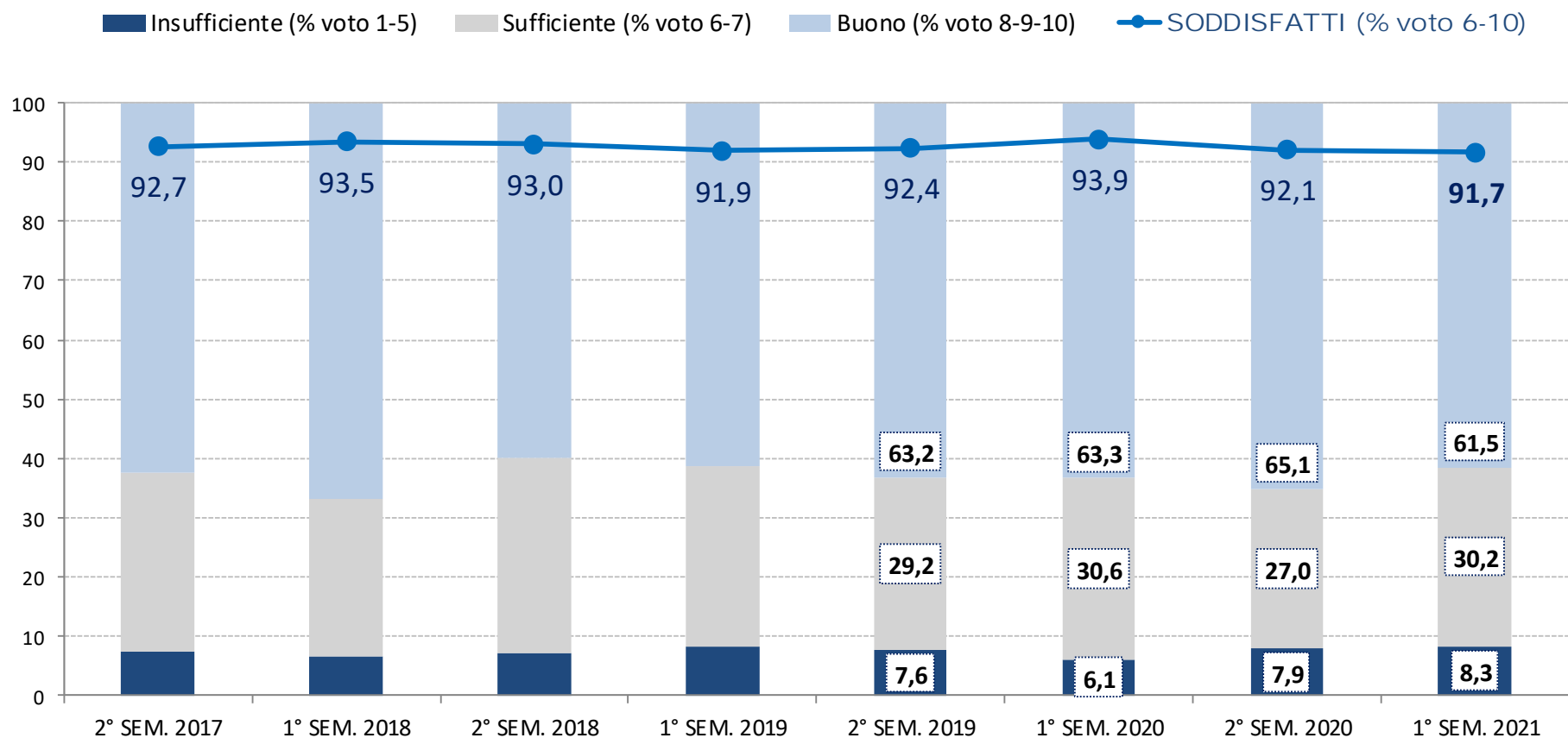
Aspetti tecnici del servizio

“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]



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

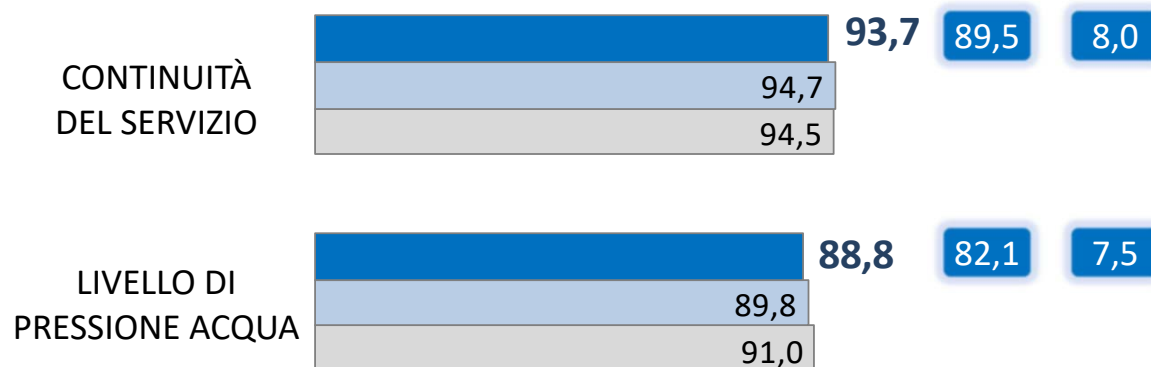
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020

SODDISFATTI (% voto 6-10)



VOTO
MEDIO
CATI



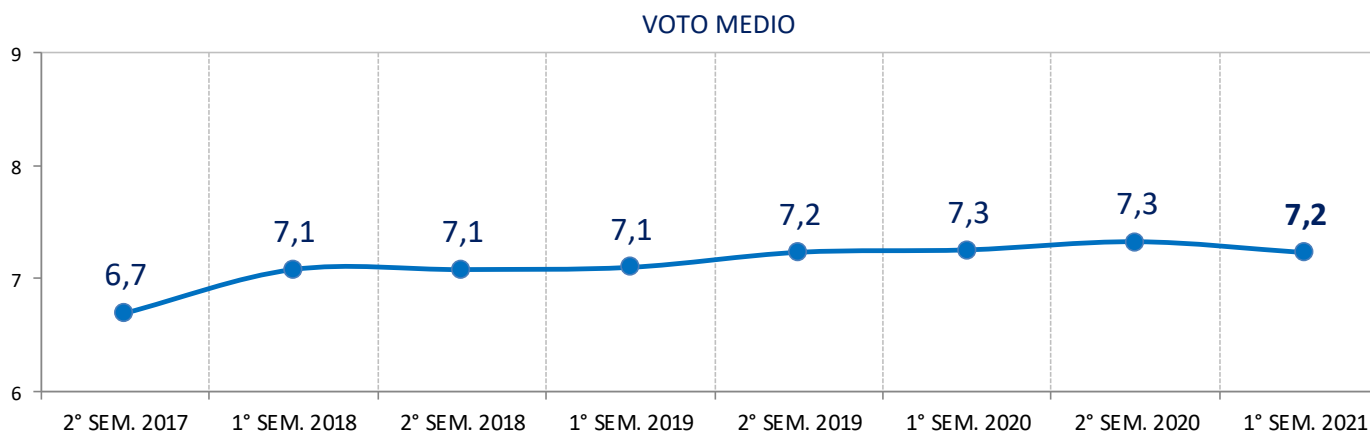
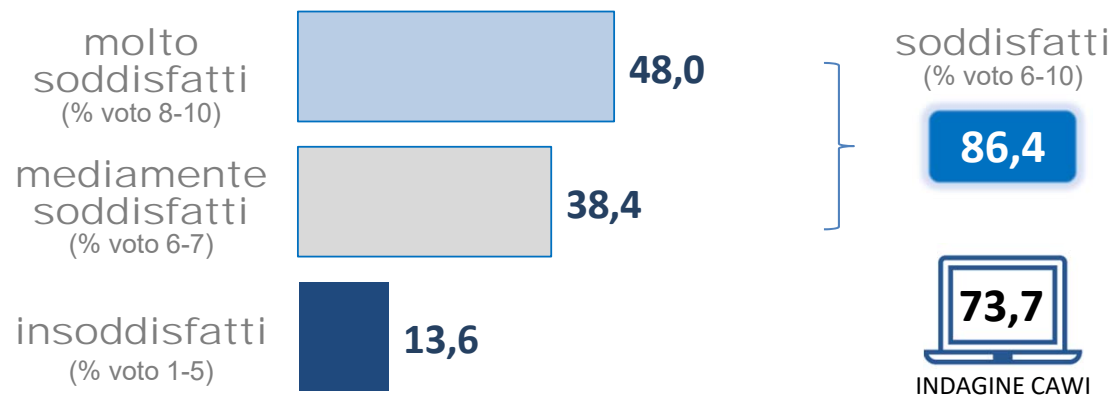
“Quale degli aspetti è il più importante?”
(risposta singola)

IMPORTANZA (% di citazione)



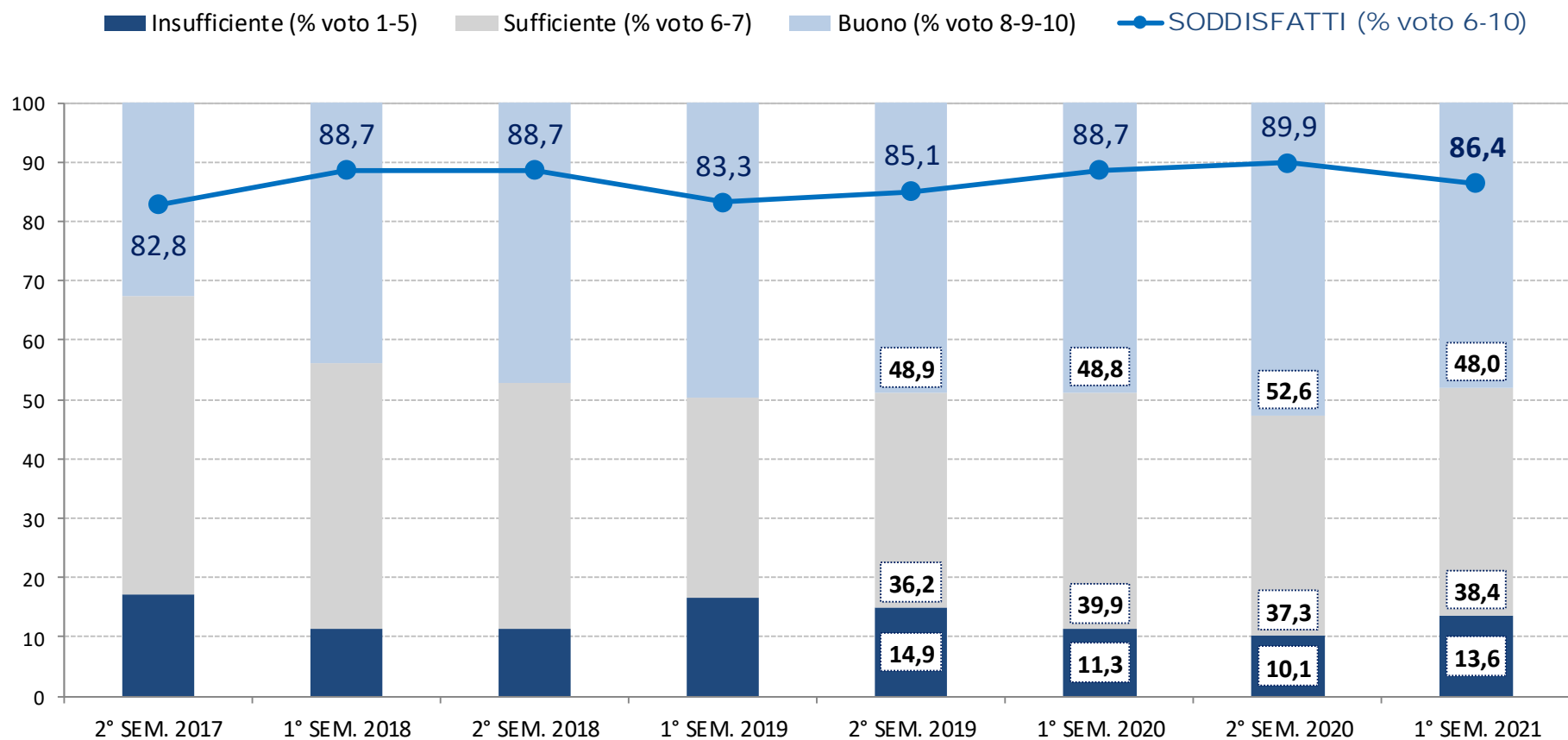
Fatturazione

“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

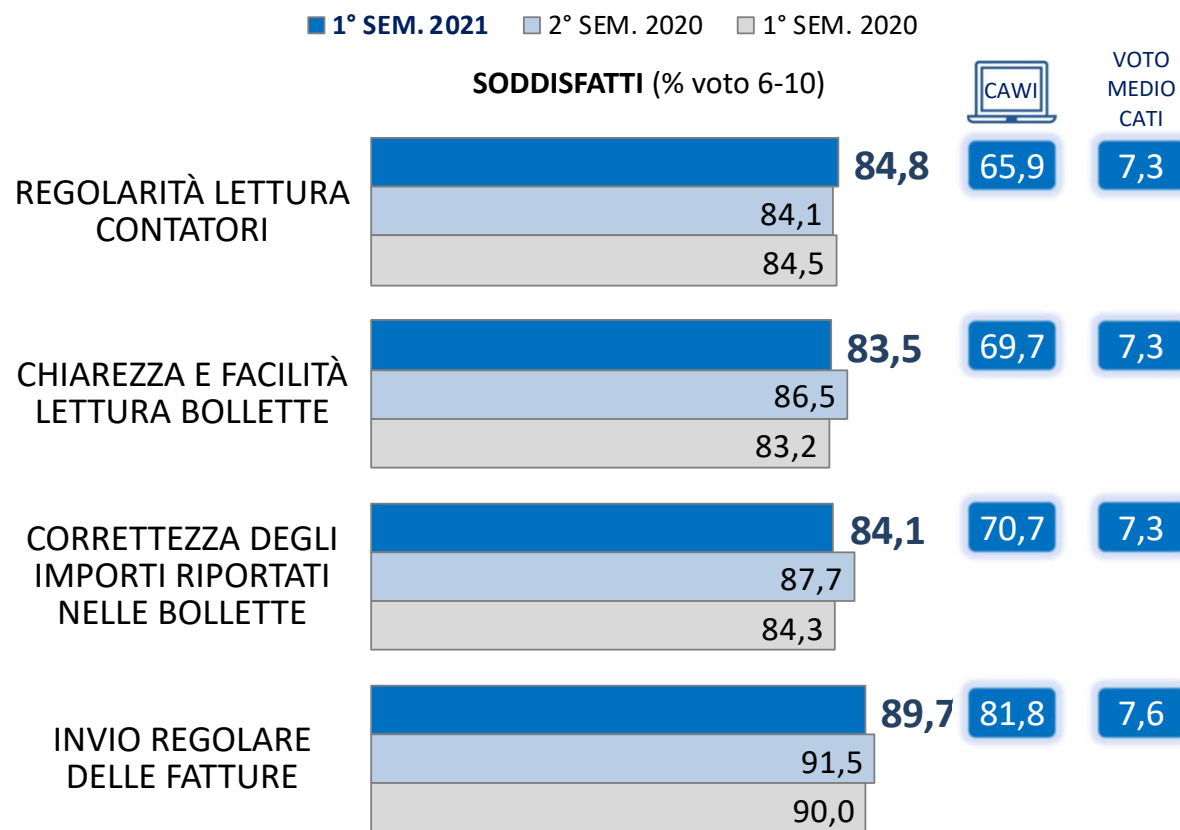
“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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)

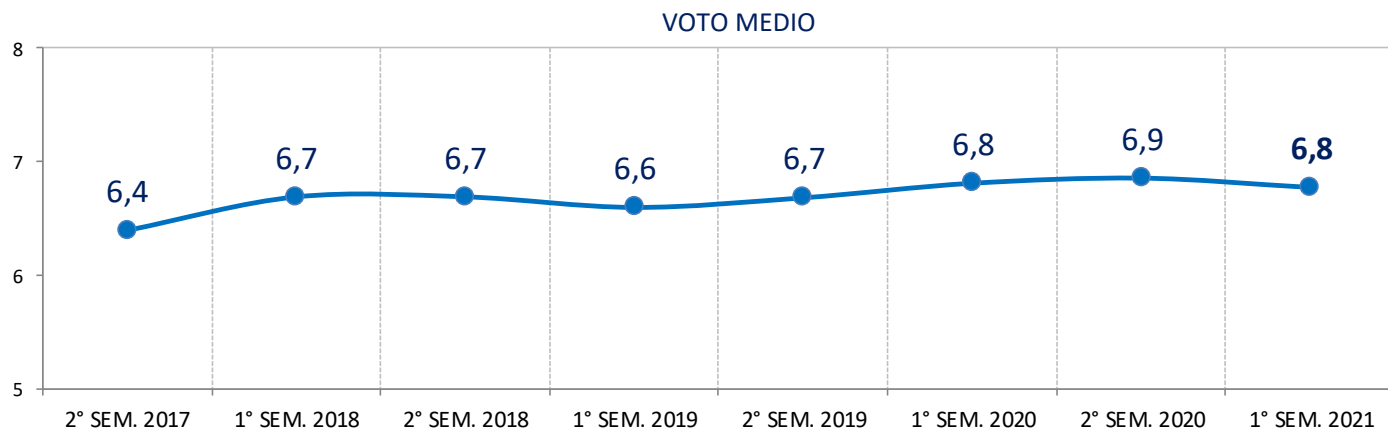
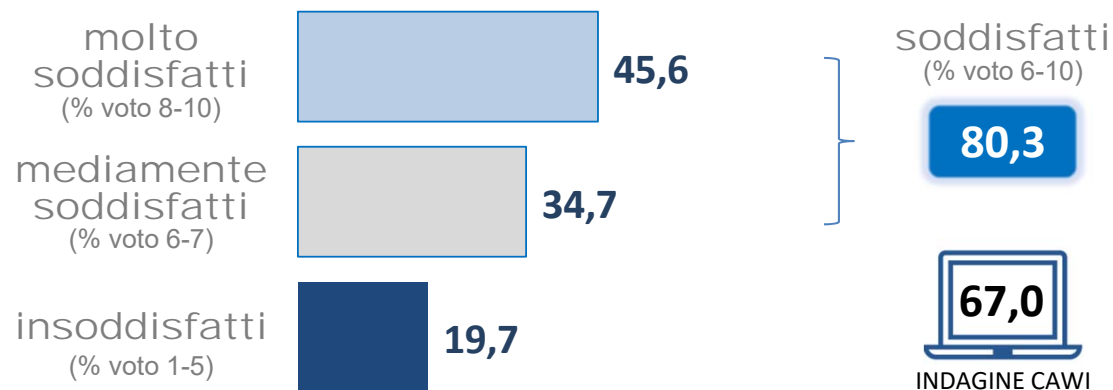


IMPORTANZA (% di citazione)



Rapporto qualità prezzo

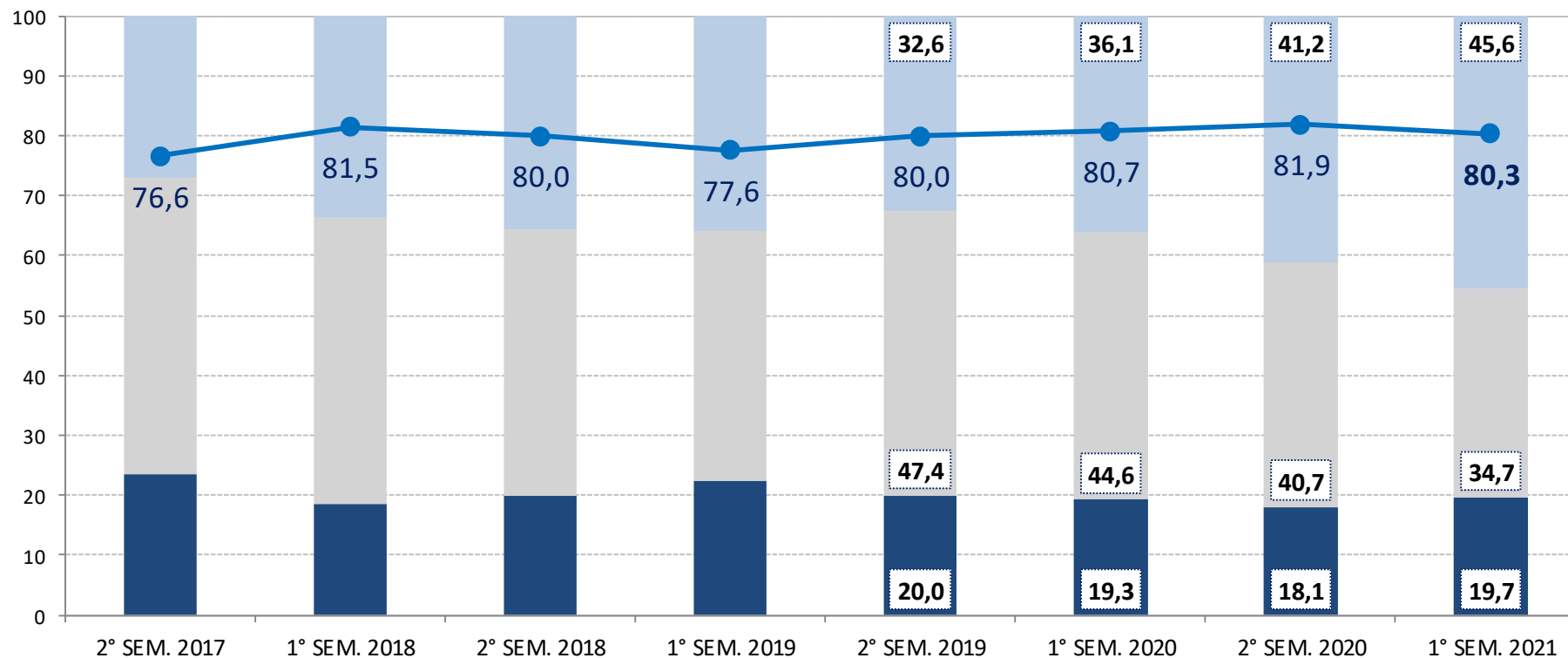
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Rapporto qualità prezzo

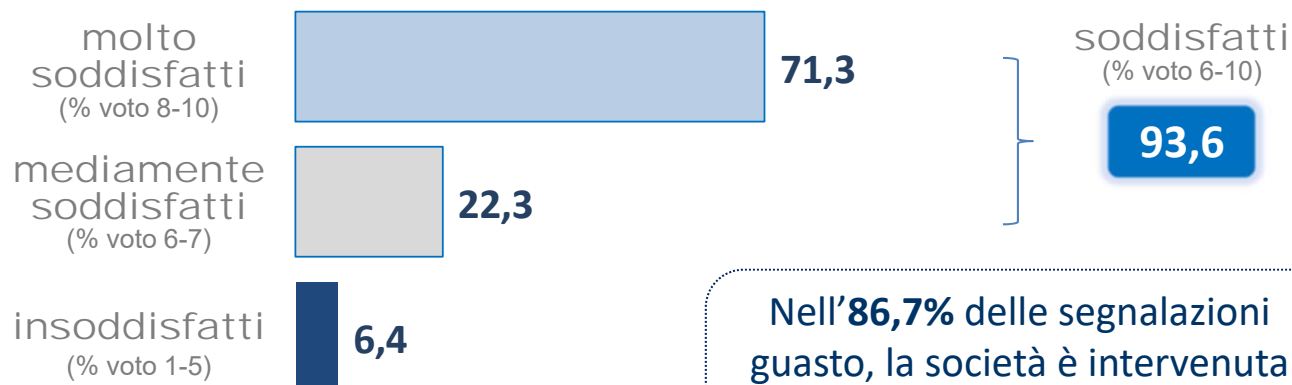
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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

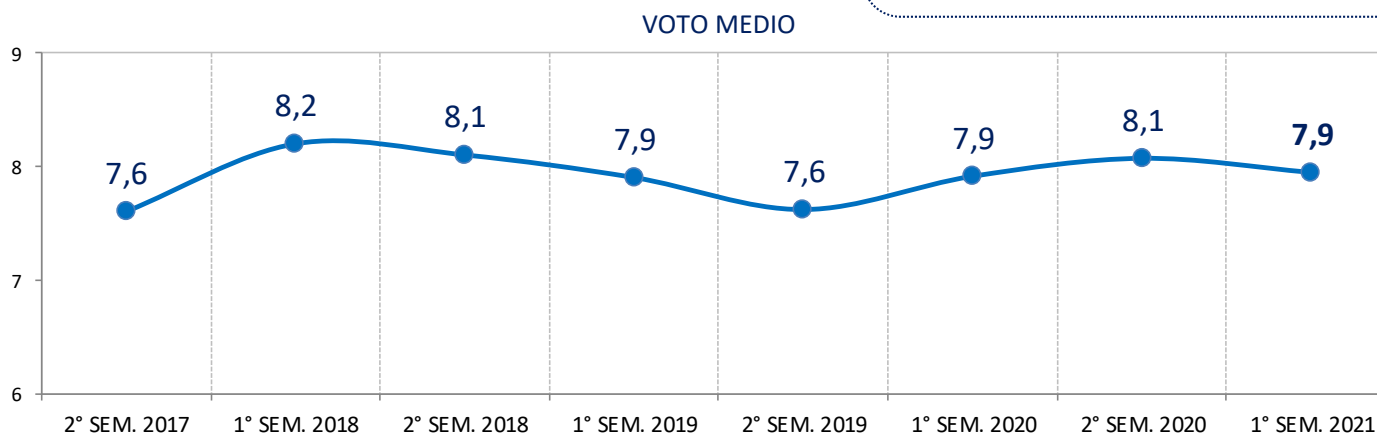


Segnalazione guasti

“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

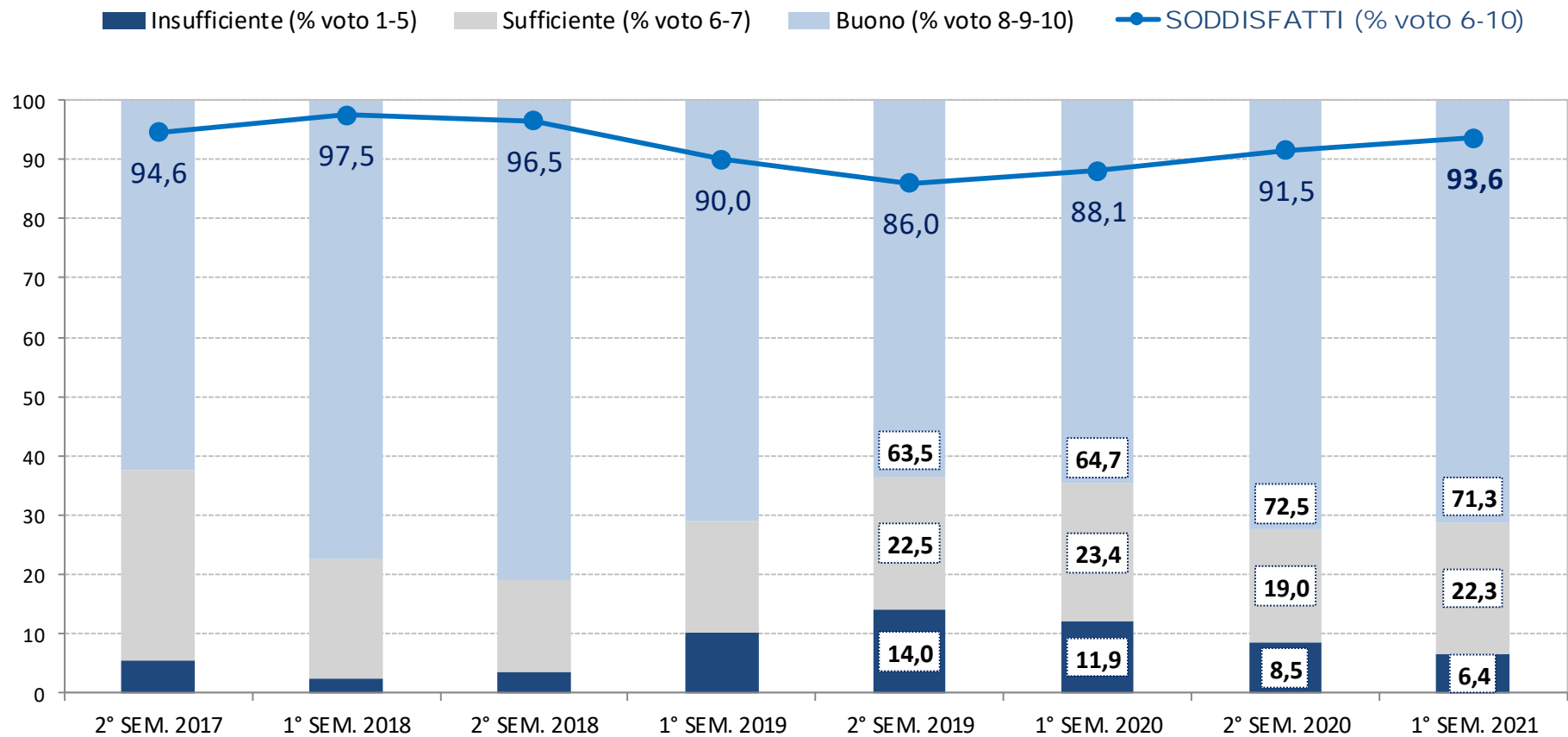


Nell'86,7% delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio
[90,5%, 2° SEM. 2020]



Segnalazione guasti

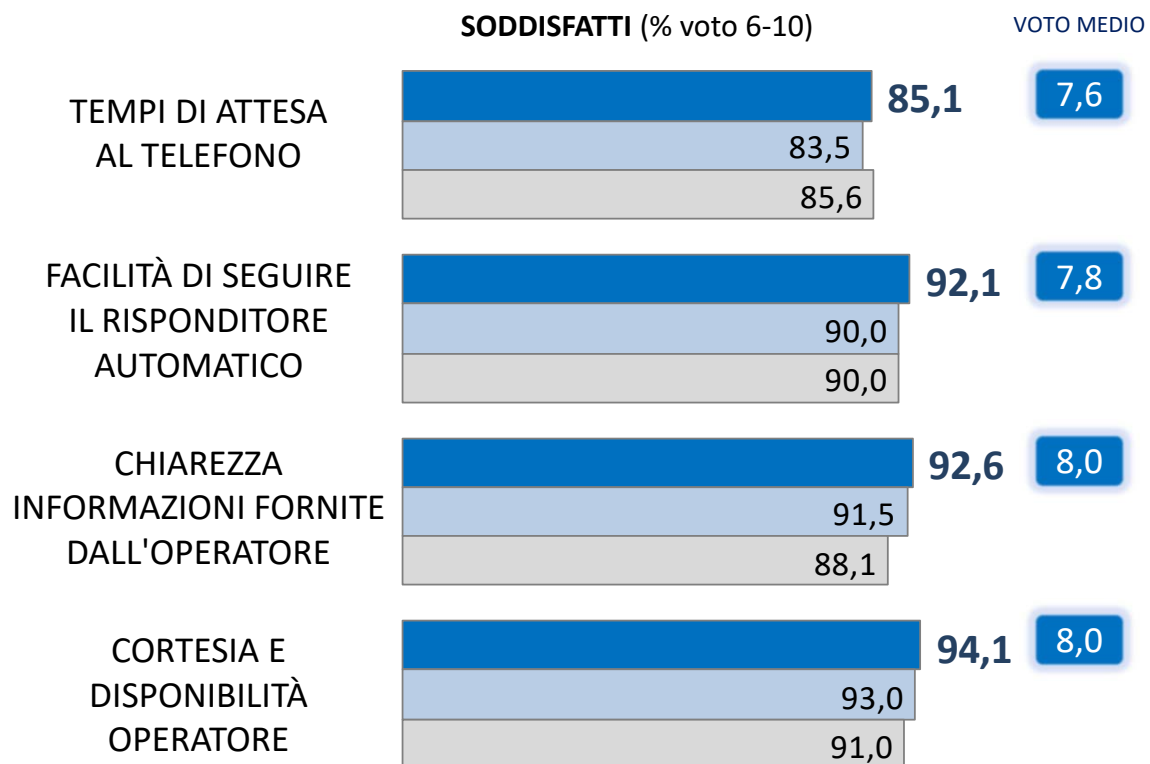
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Segnalazione guasti - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020



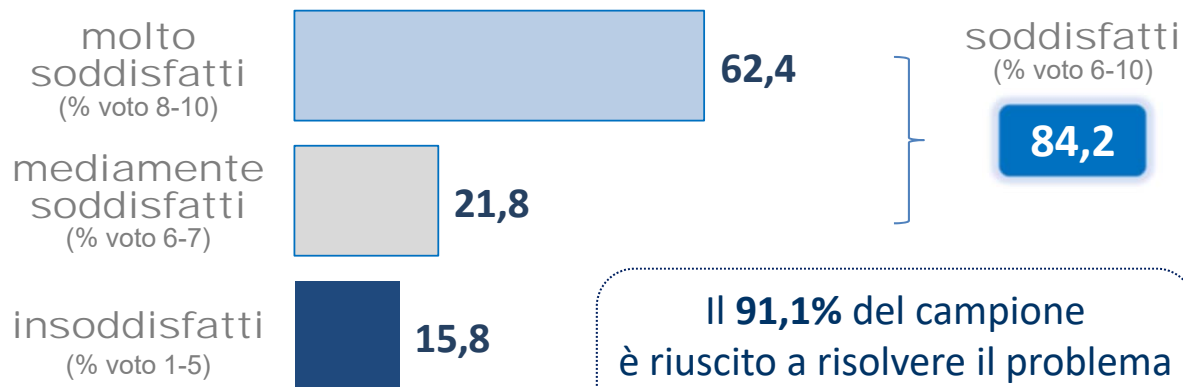
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

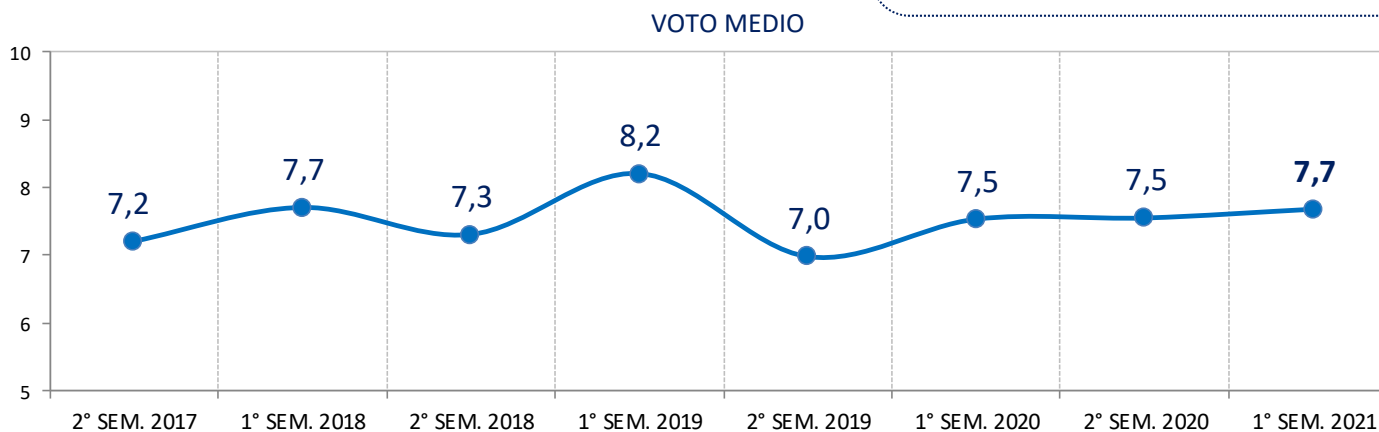


Intervento tecnico

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

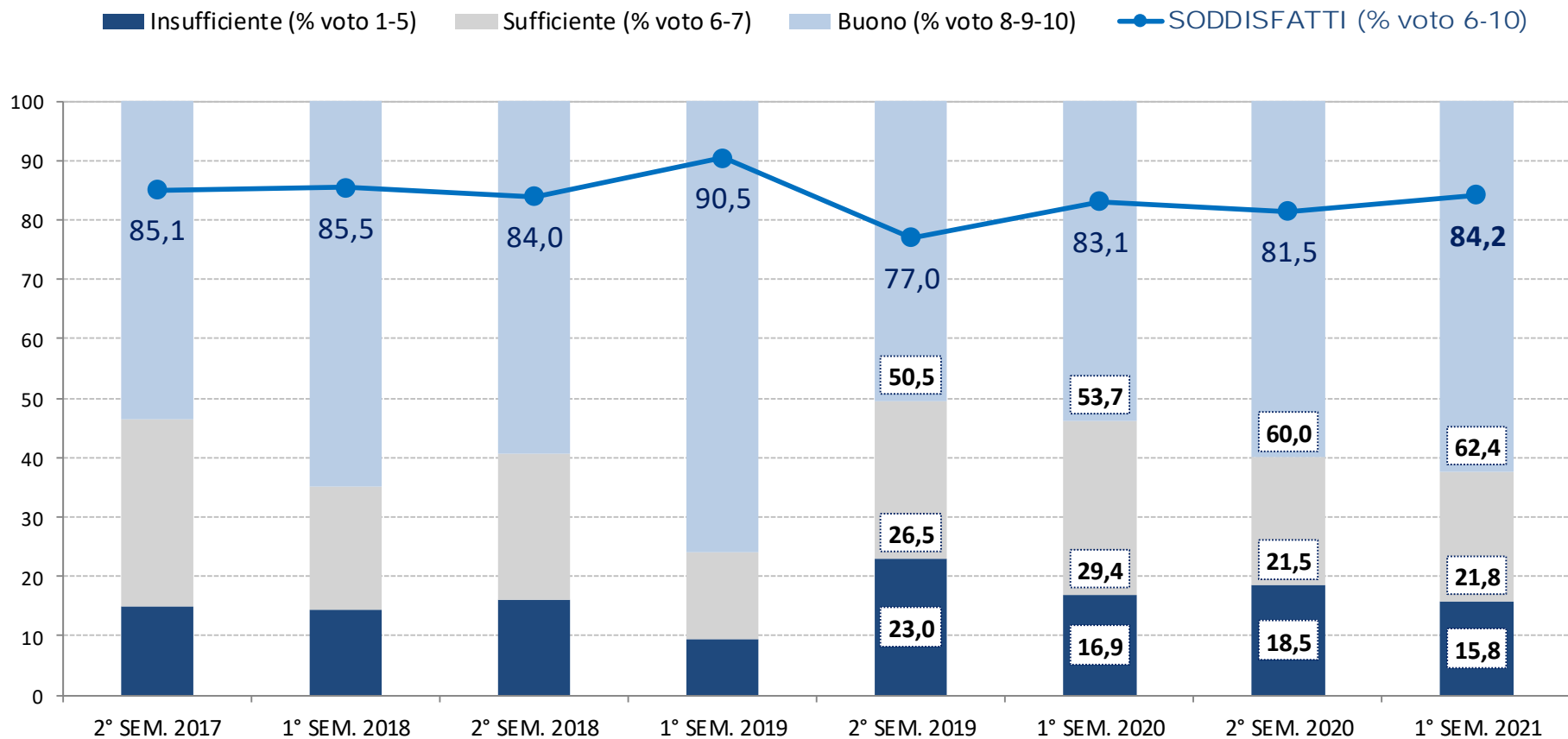


Il 91,1% del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l'intervento tecnico
[94,0%, 2° SEM. 2020]



Intervento tecnico

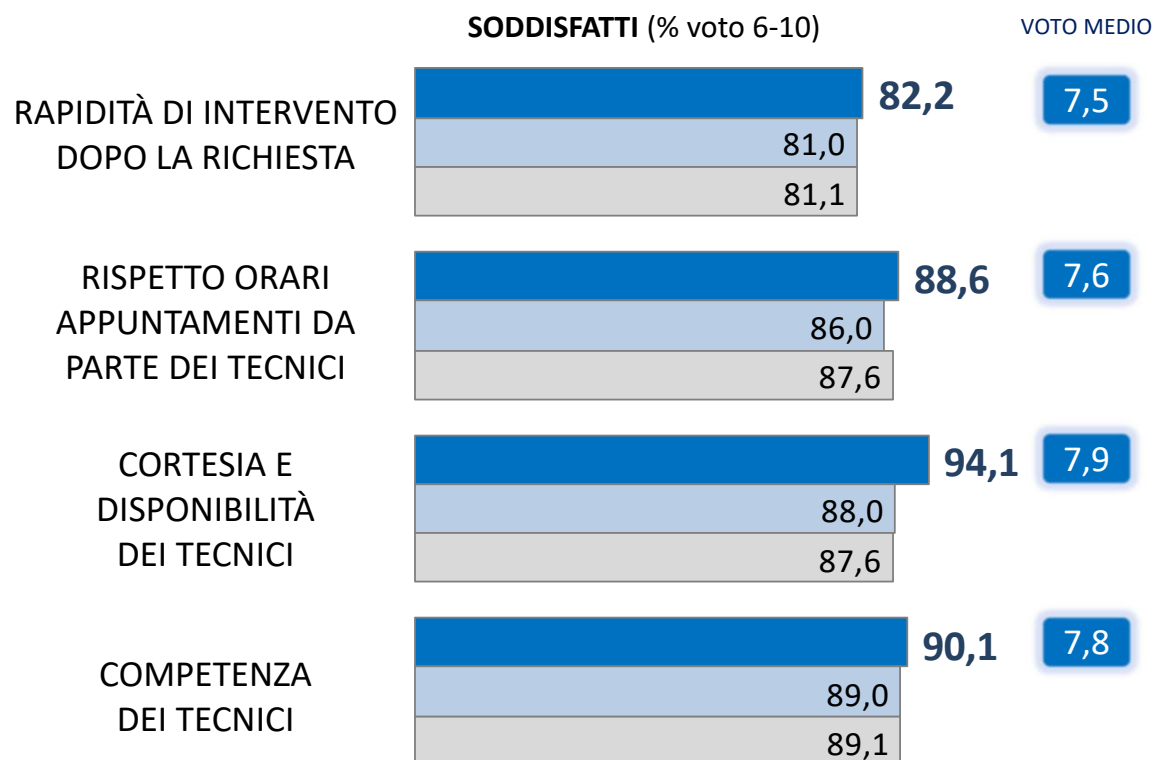
“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Intervento tecnico - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020



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

IMPORTANZA (% di citazione)

46,5

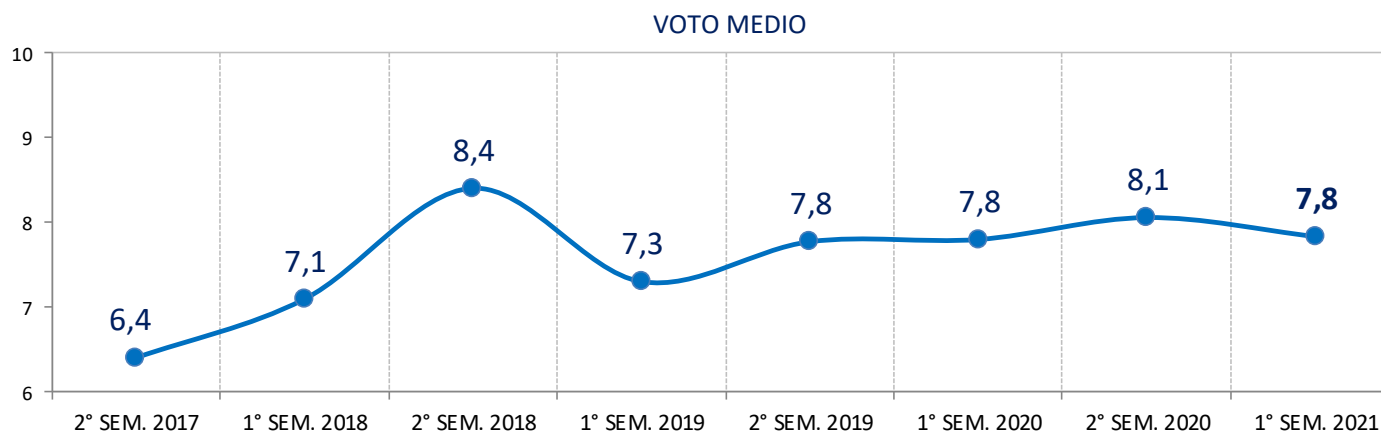
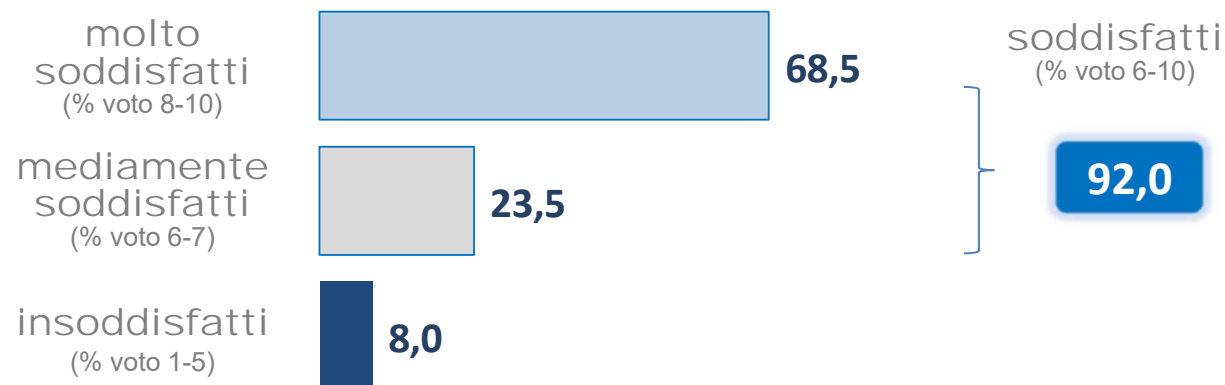
19,8

22,3

43,6

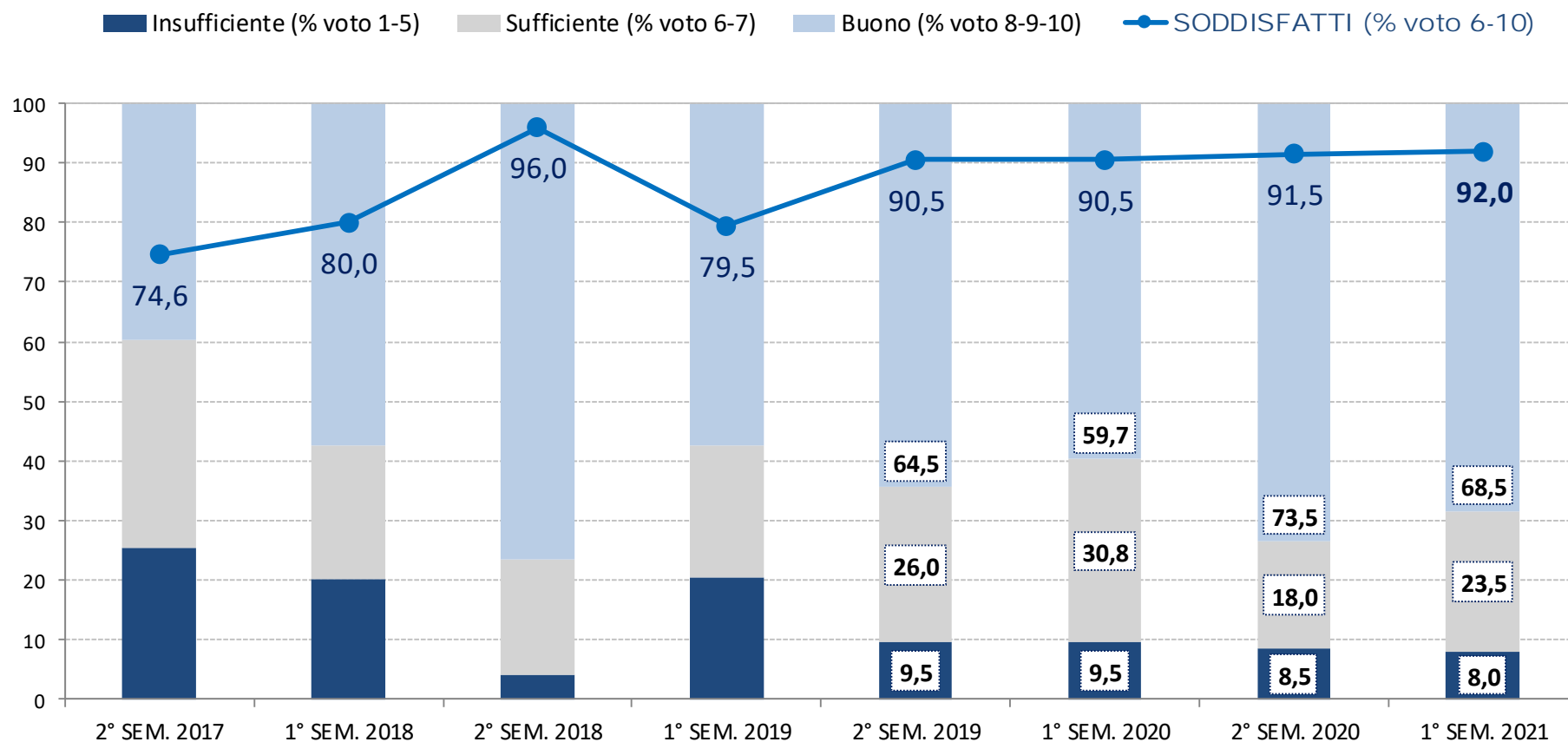
Numero Verde Commerciale

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Numero Verde Commerciale

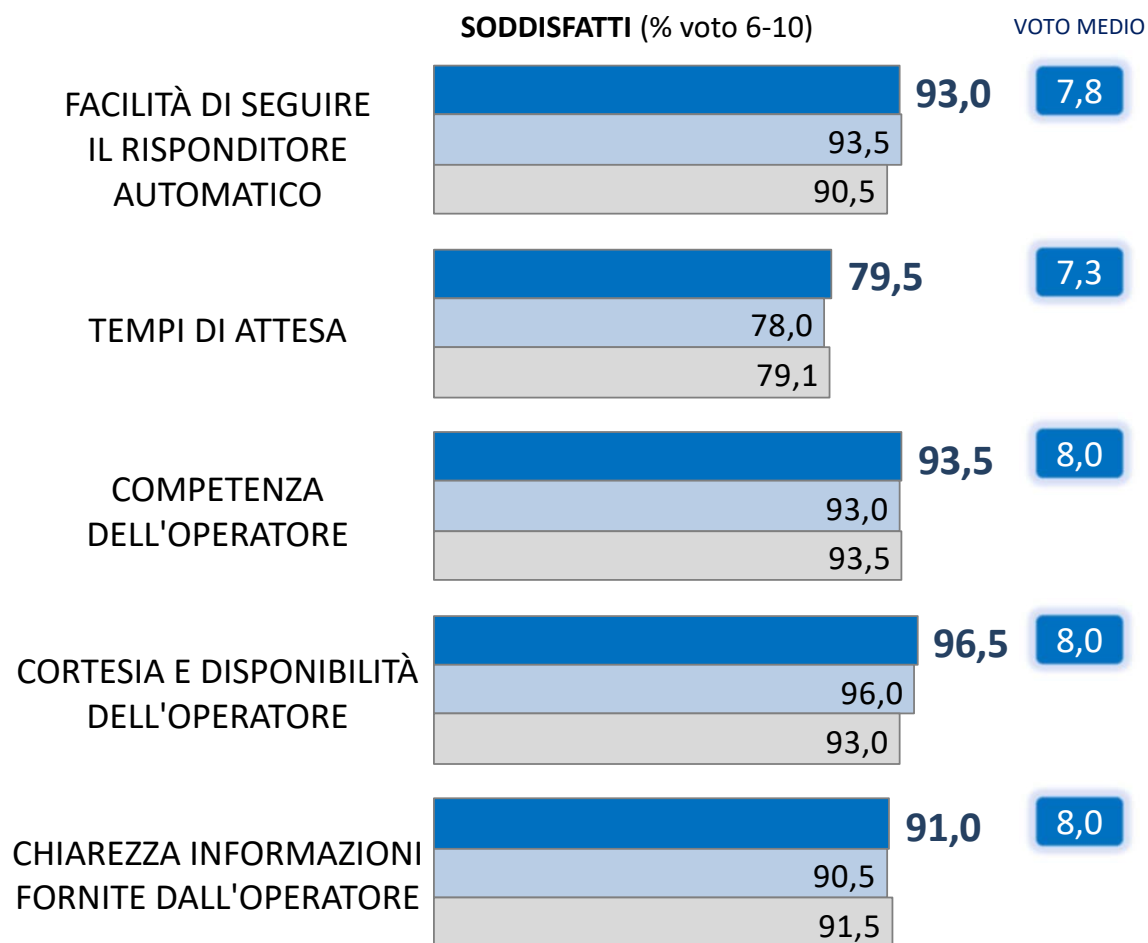
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



NV Commerciale - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020



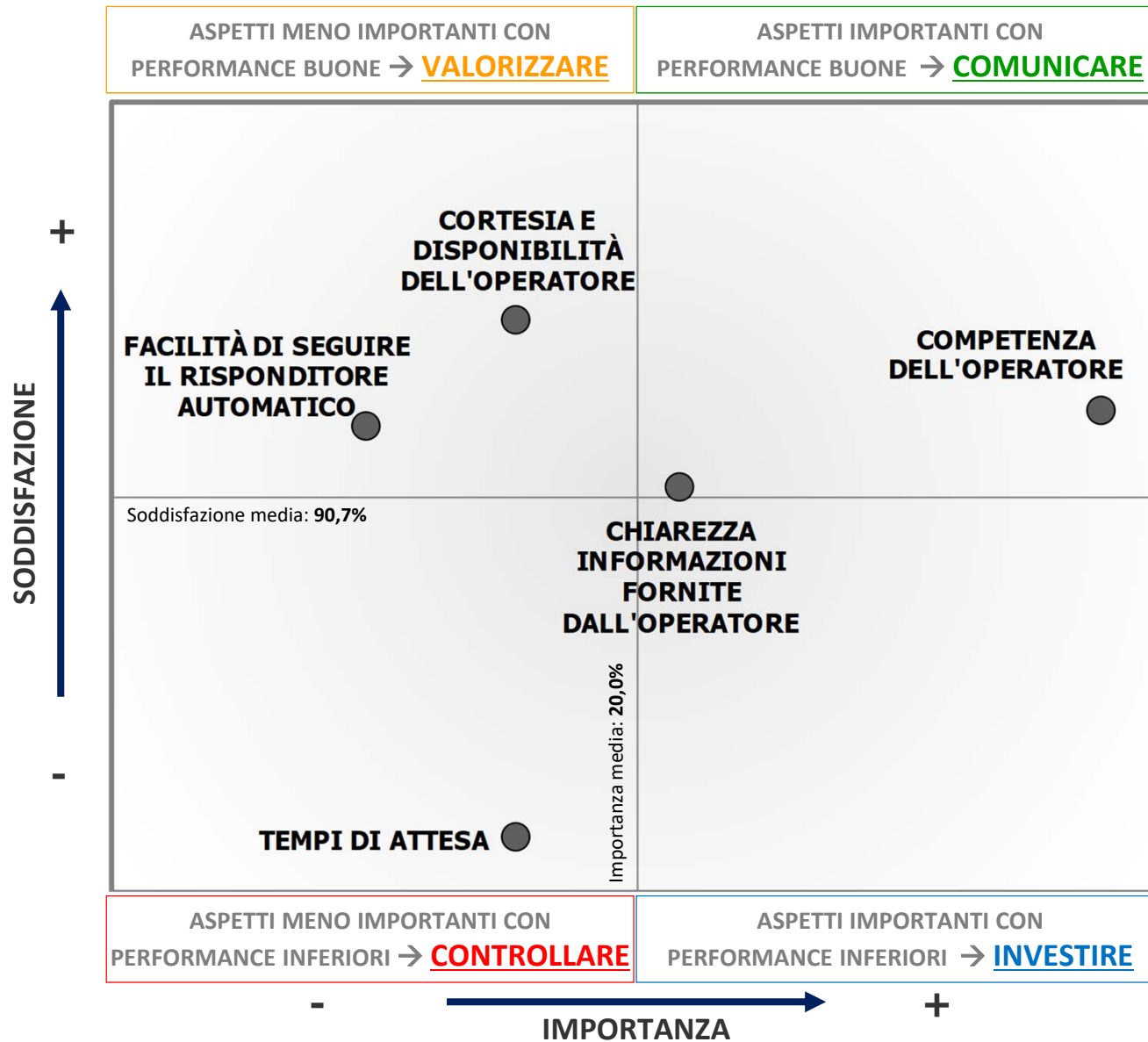
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

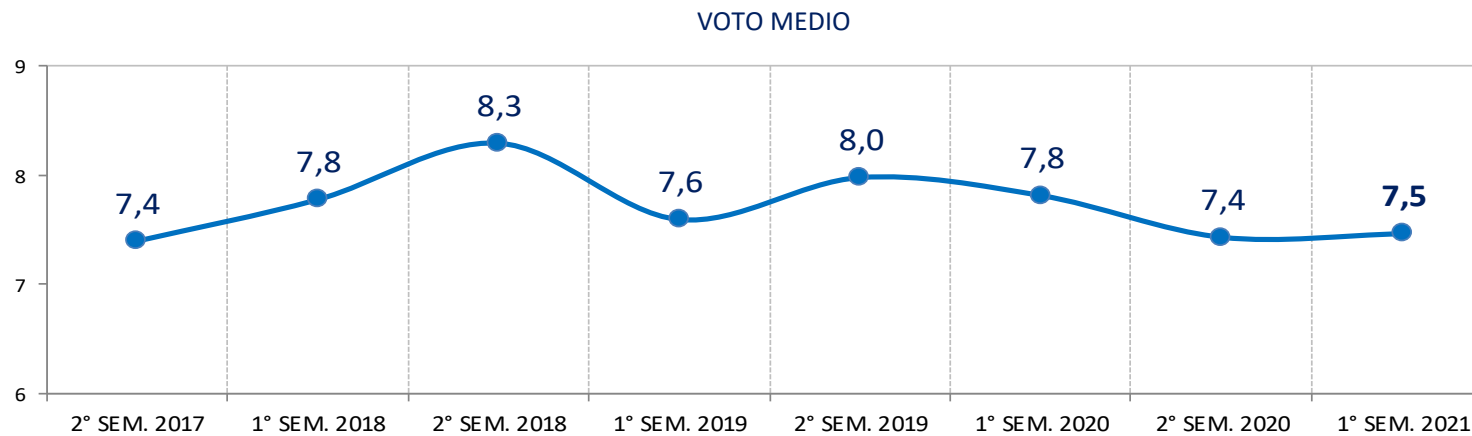
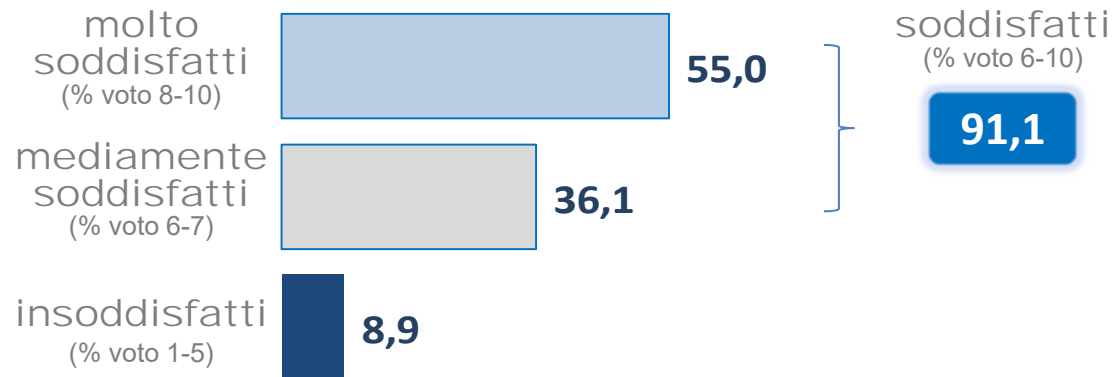




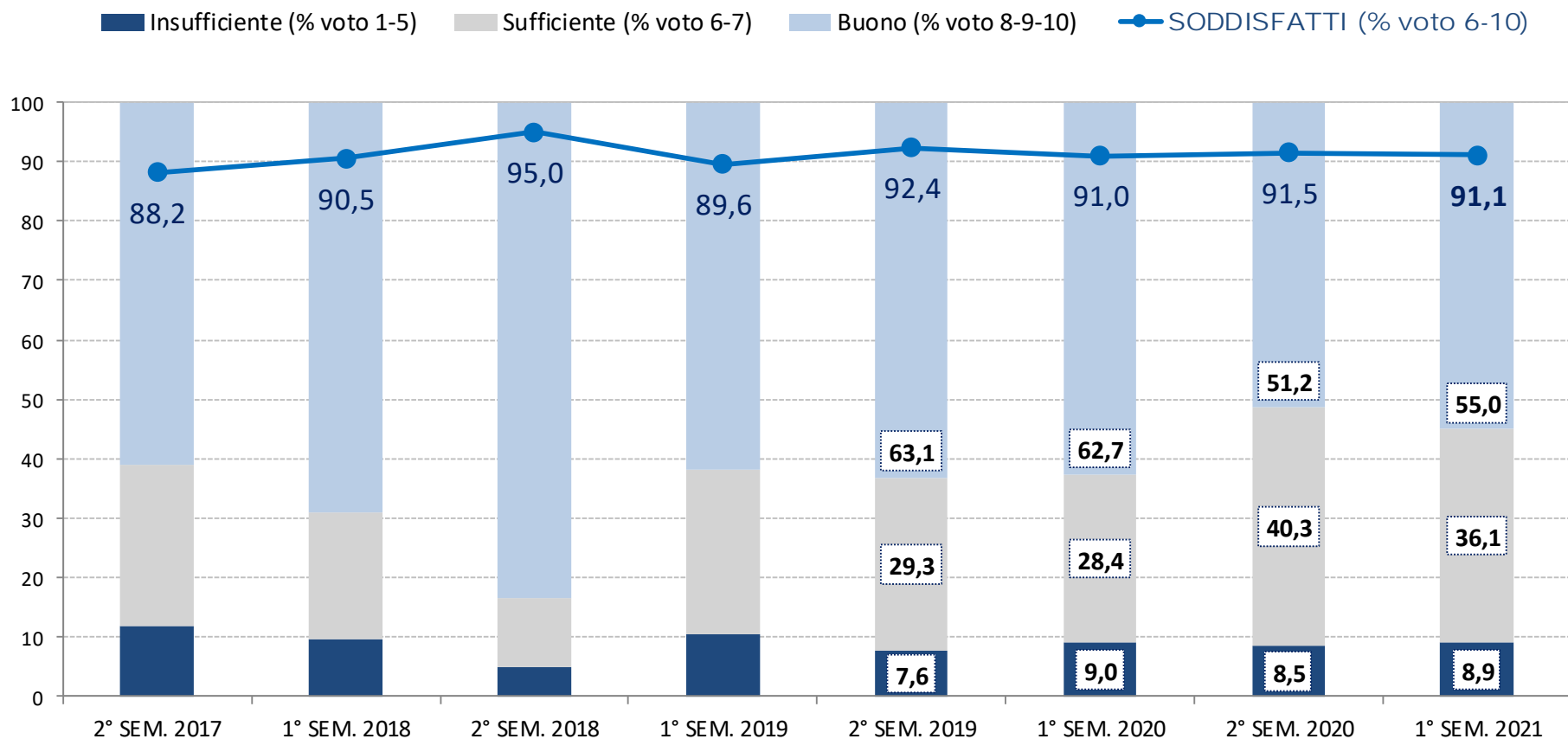
Punti di forza e priorità di intervento



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



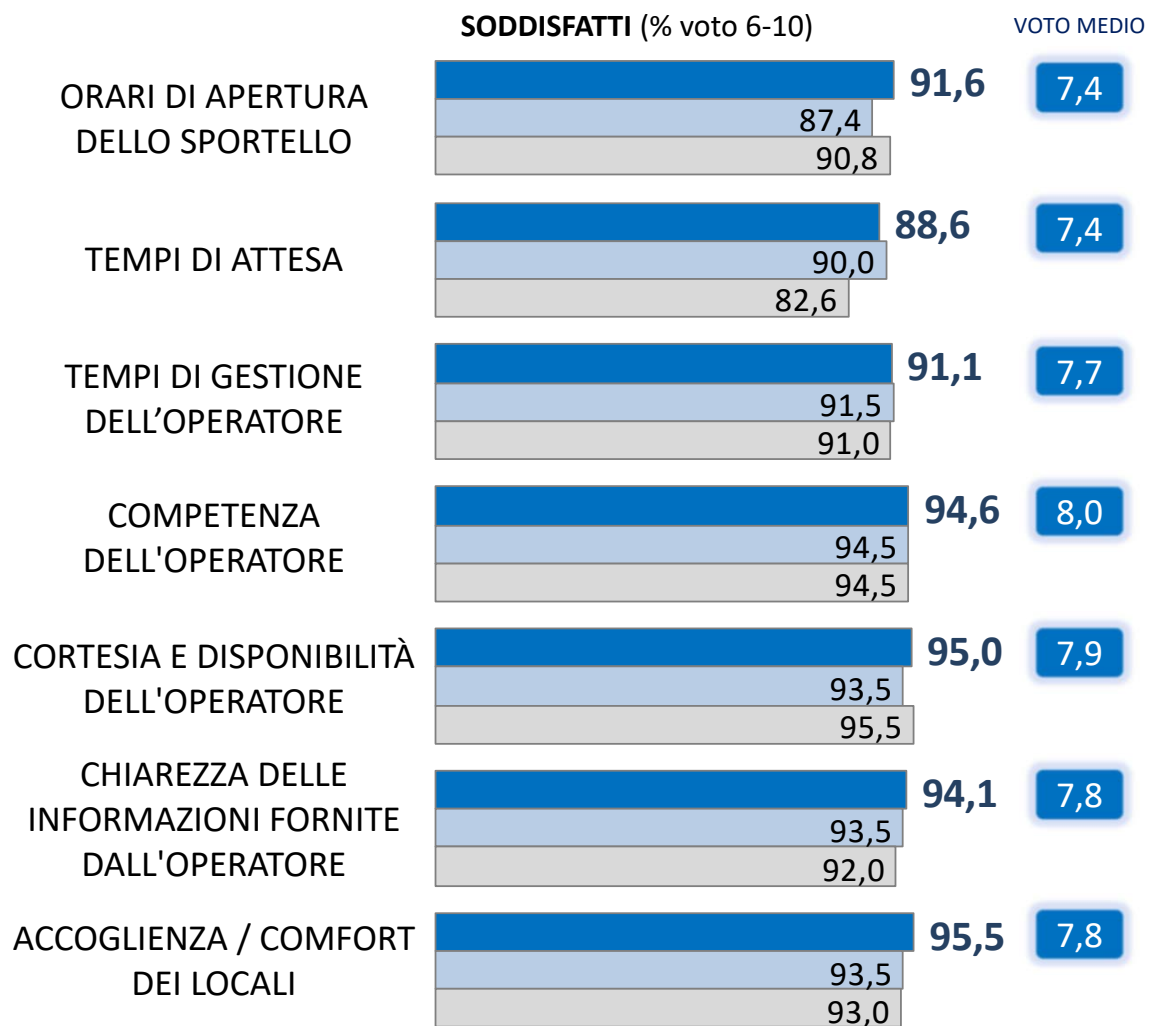
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020



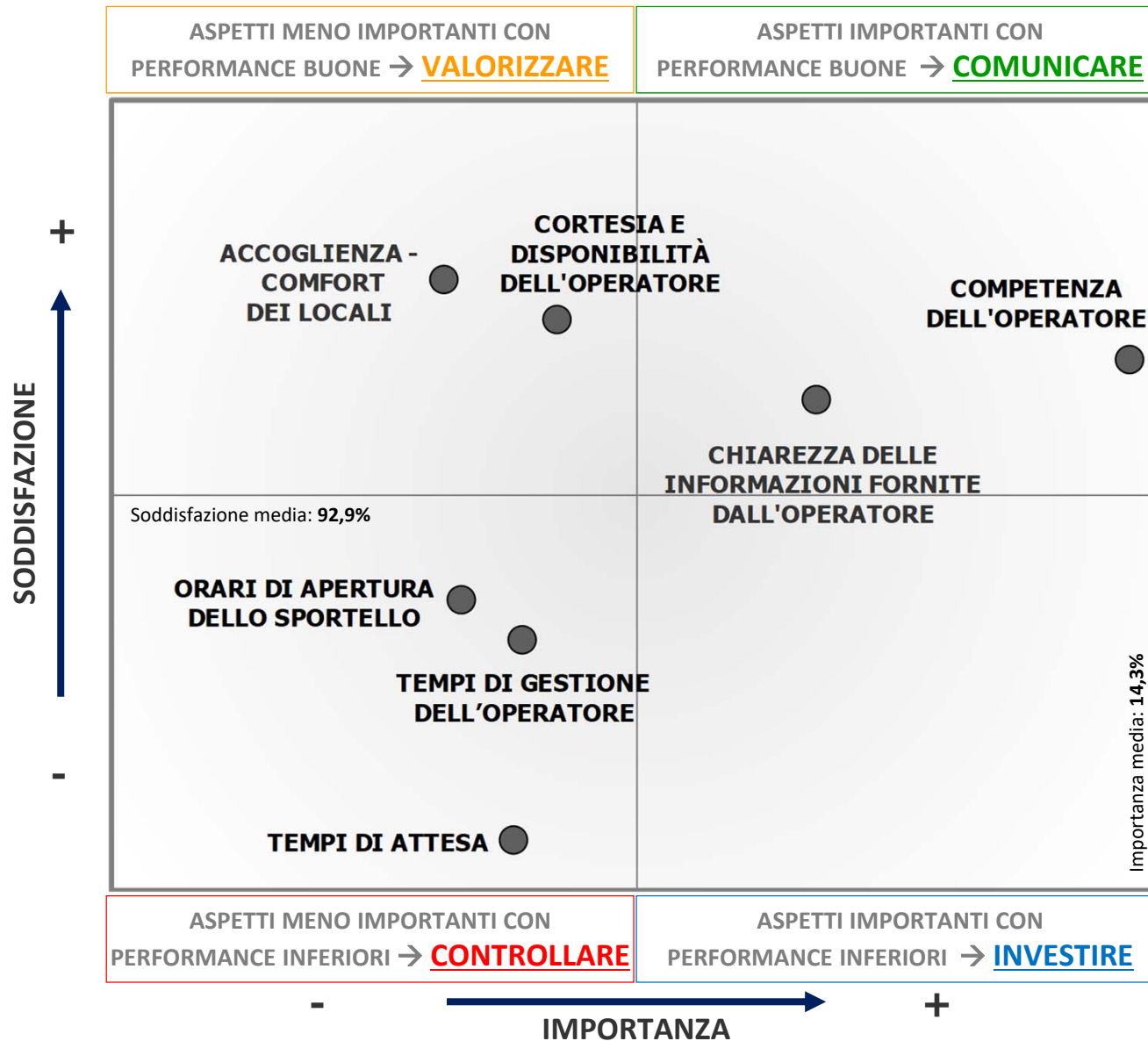
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)





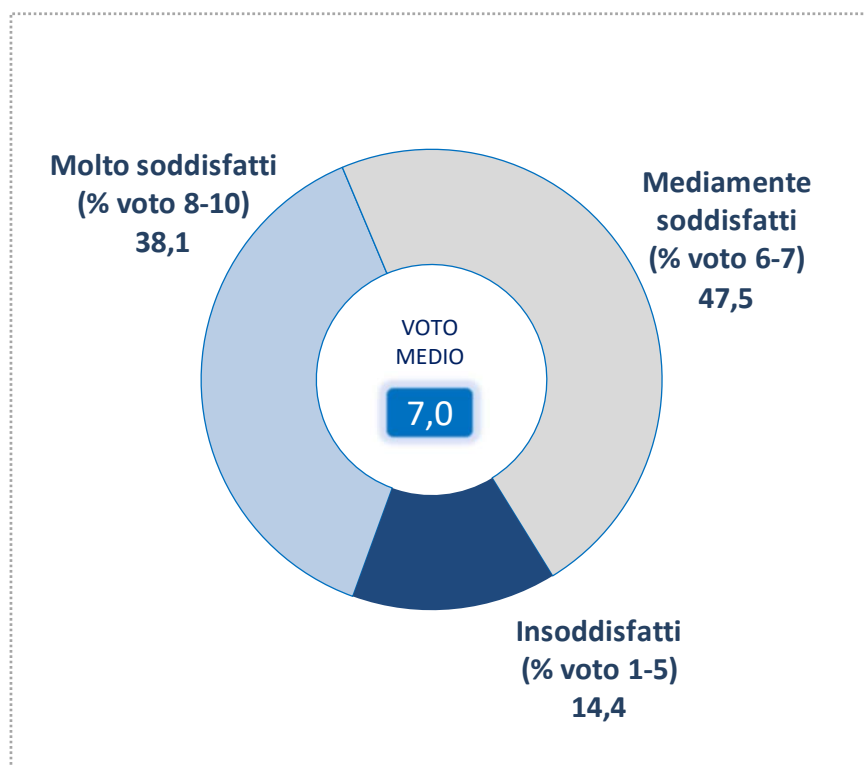
Punti di forza e priorità di intervento



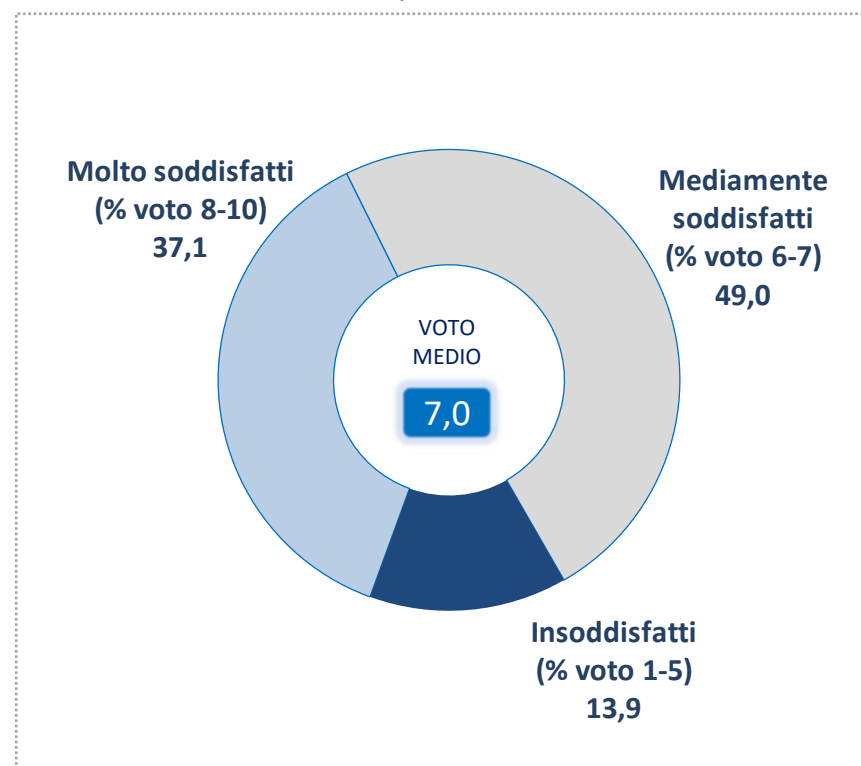
Appuntamento allo sportello

“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]

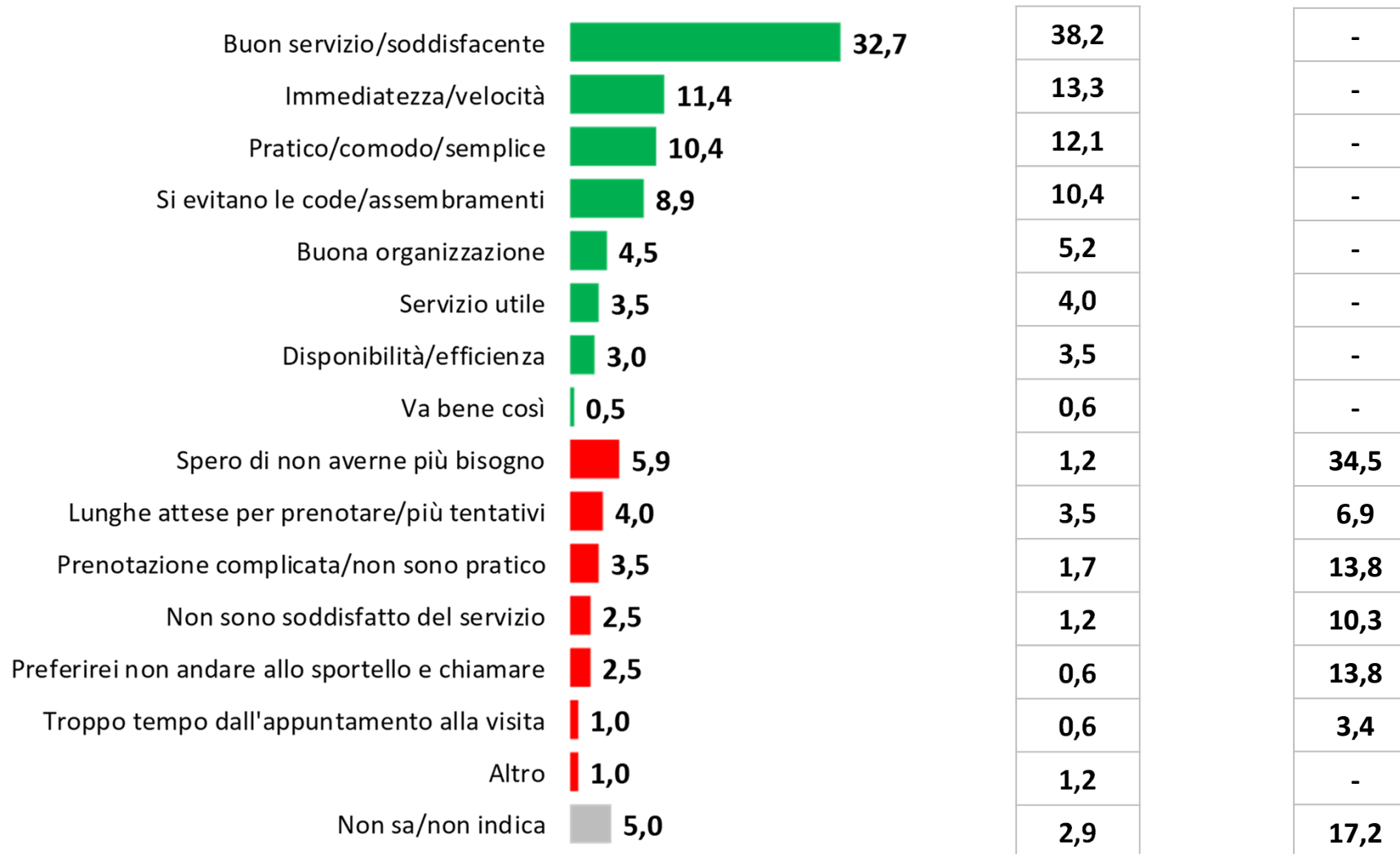


Perché soddisfatti o insoddisfatti...

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

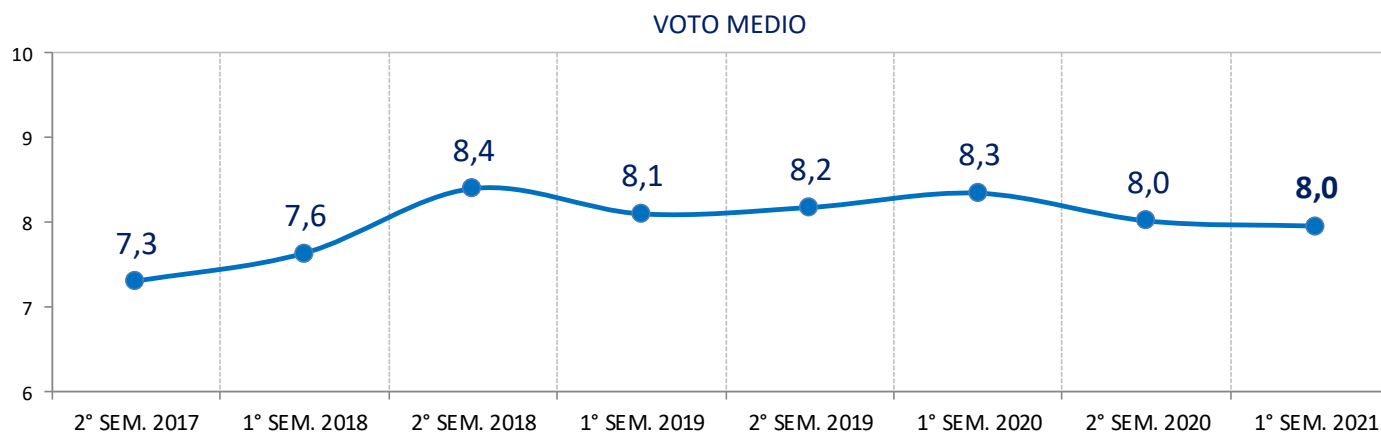
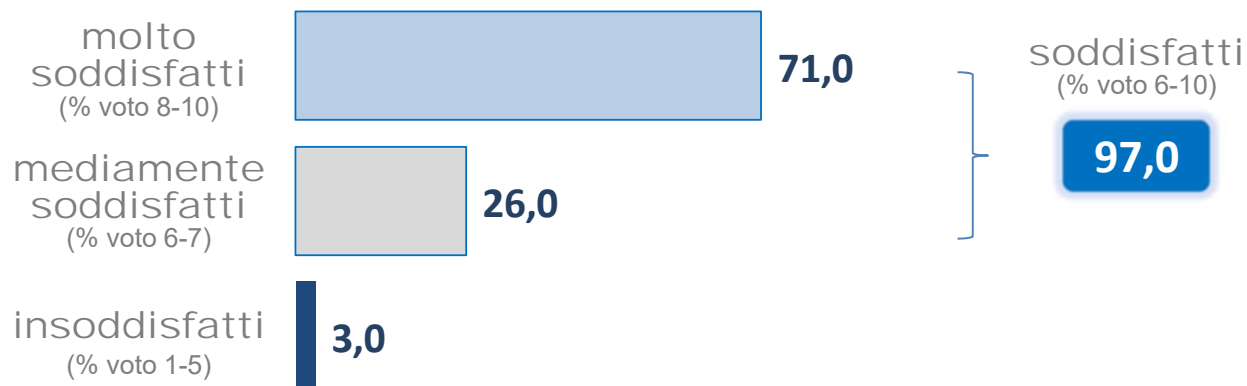
%

SODDISFATTI - 85,6% **INSODDISFATTI - 14,4%**



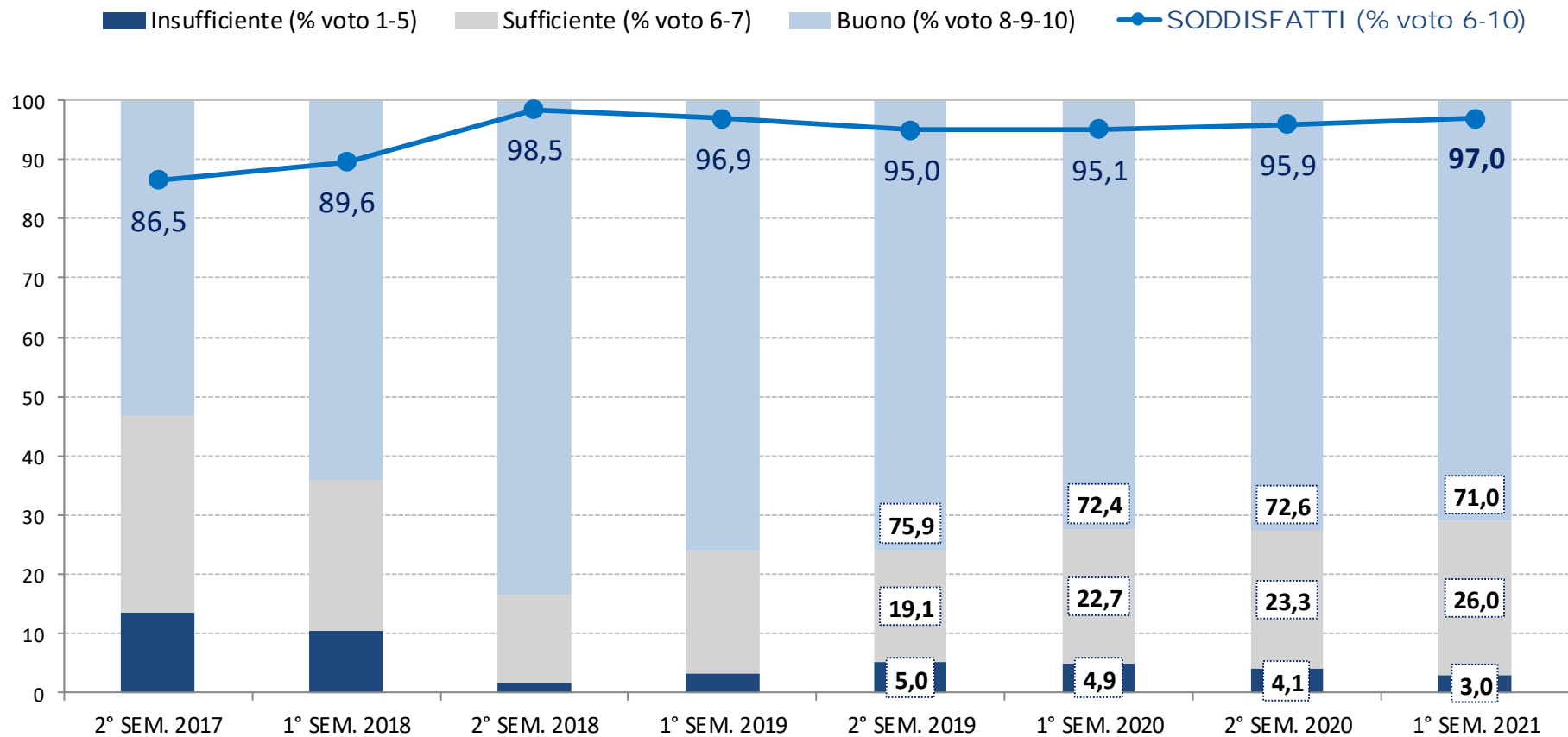
Sportello online

“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

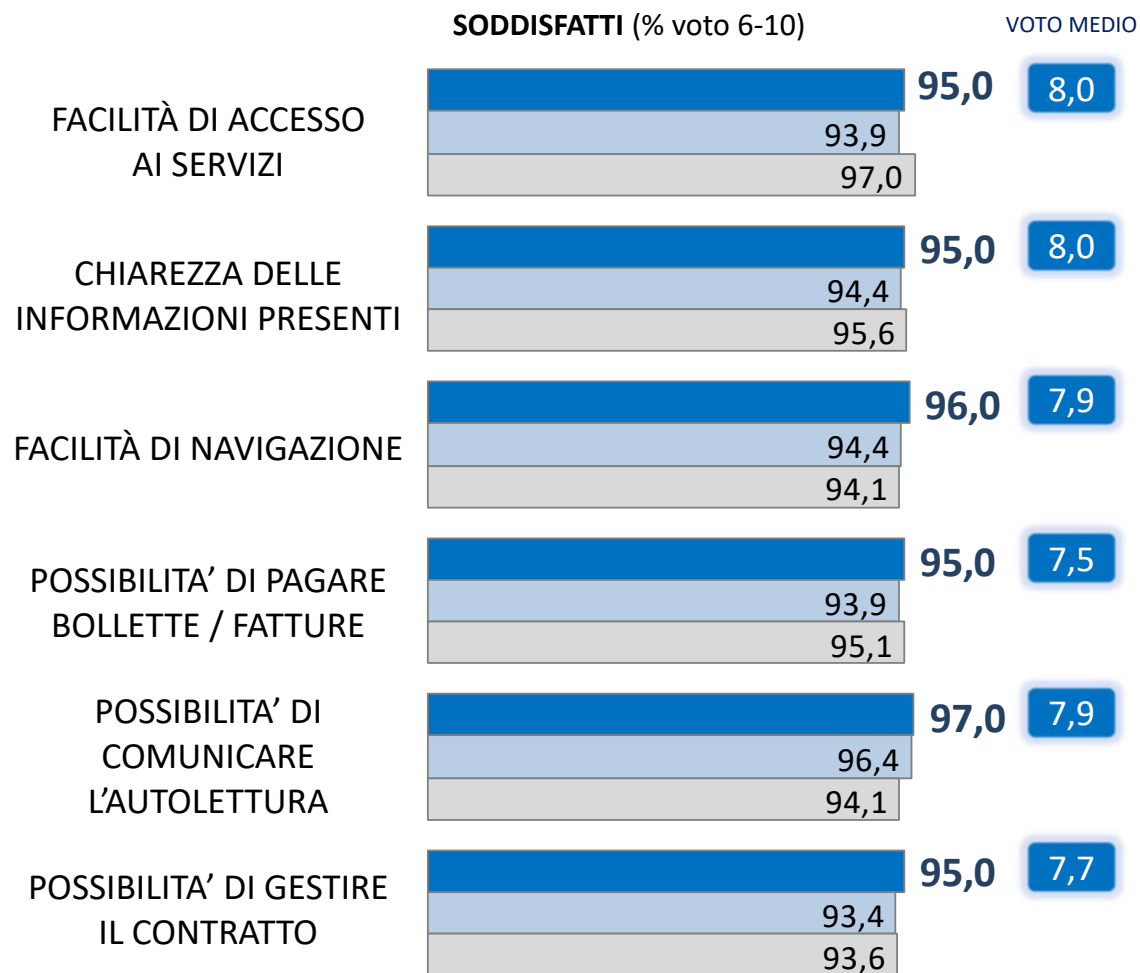
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello online - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020



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

IMPORTANZA (% di citazione)

22,5

30,5

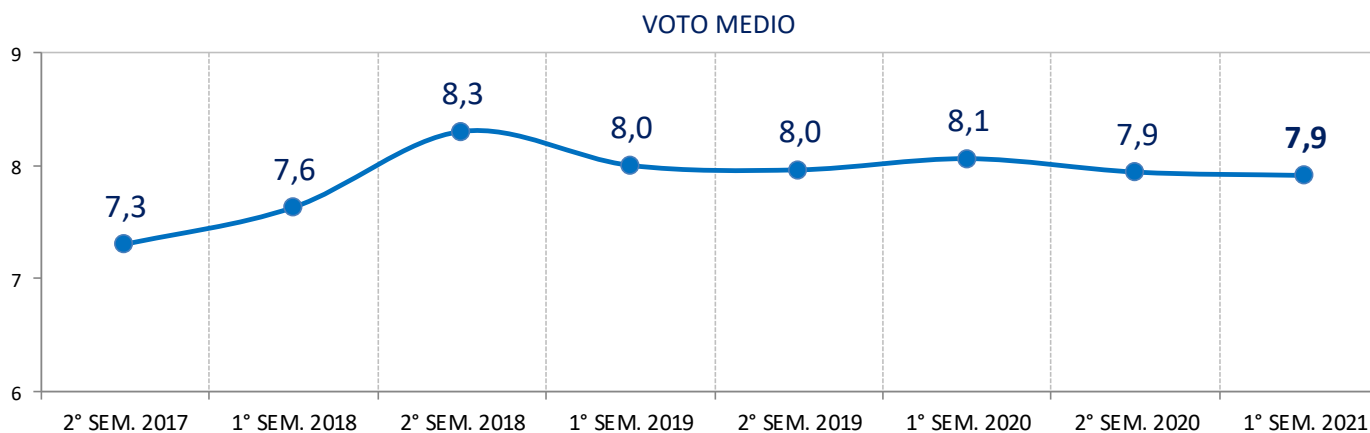
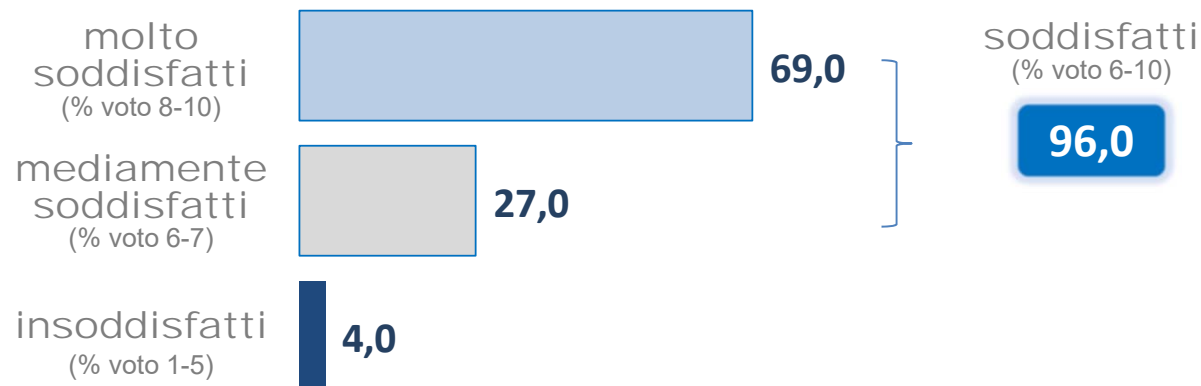
26,0

29,5

33,0

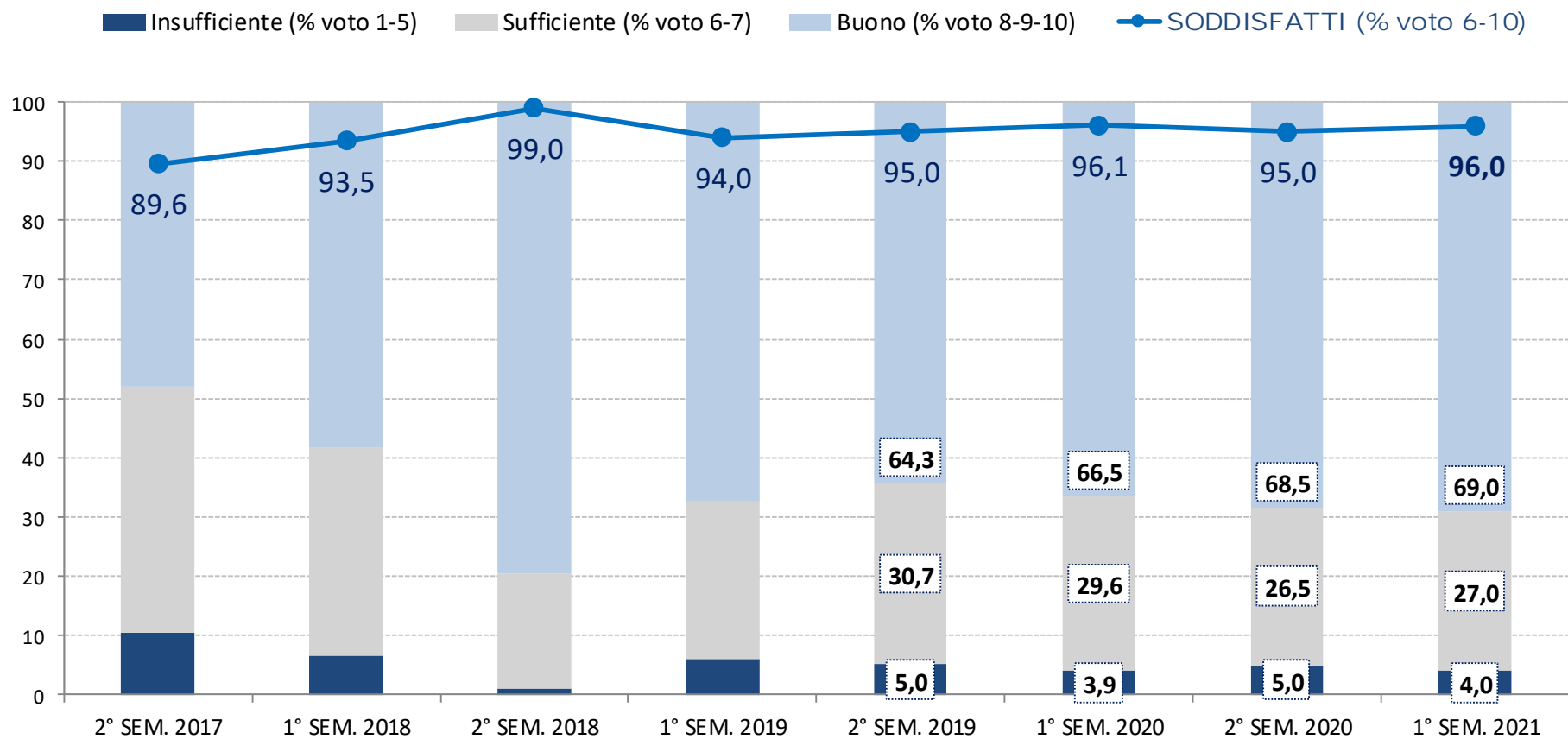
24,5

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



Sito Internet

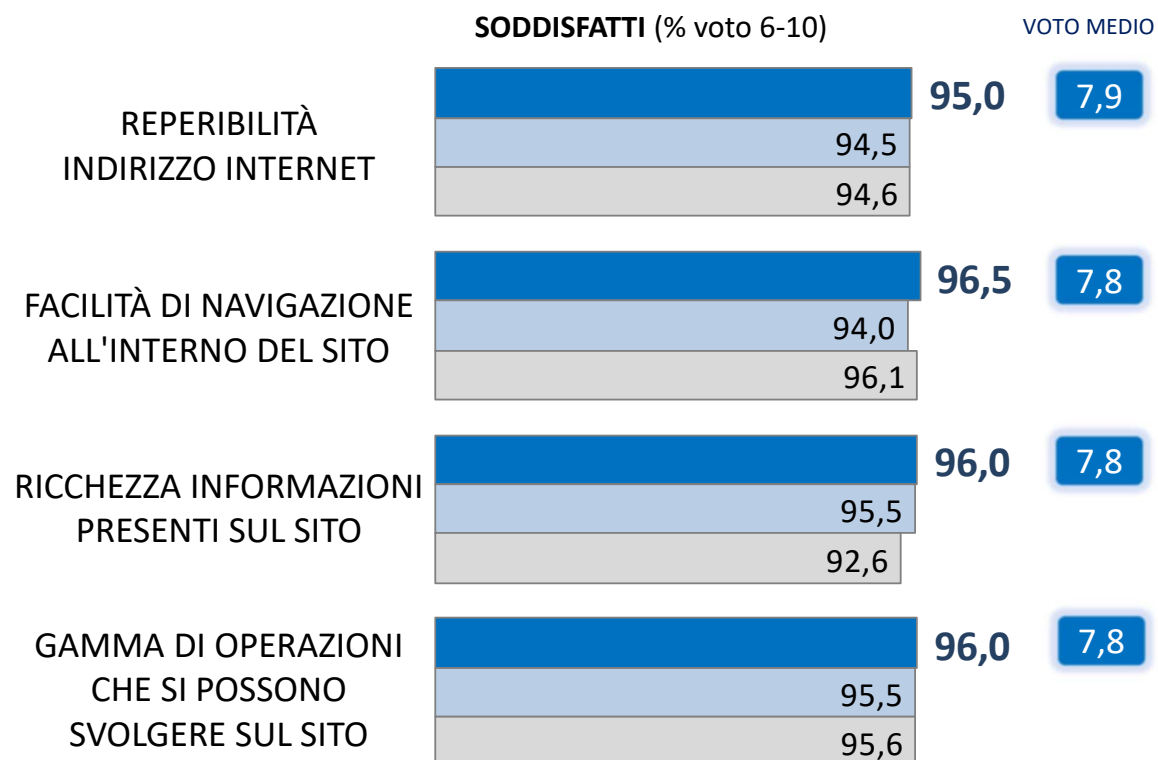
“Considerando complessivamente il sito Internet di Umbra Acque, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sito Internet - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020



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

IMPORTANZA (% di citazione)

21,5

43,5

42,0

34,0

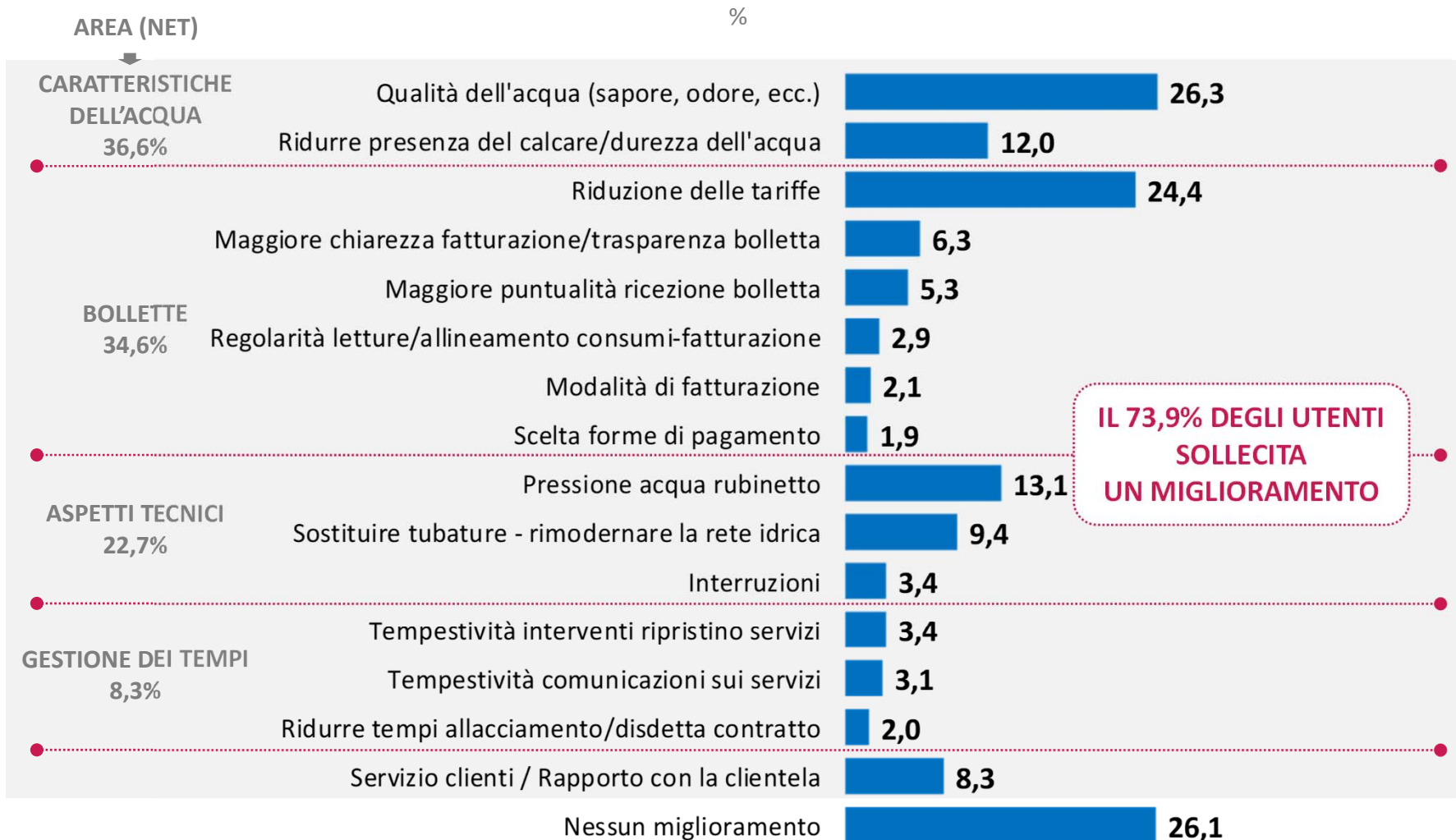
Sezione Open: altri temi

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



Aspetti da migliorare

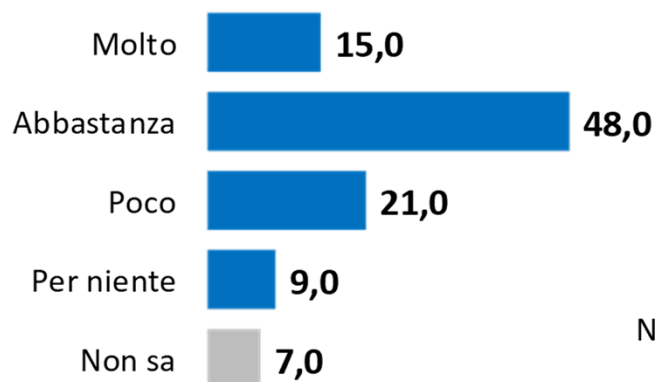
“Quali aspetti del servizio idrico fornito ritiene che debbano essere migliorati ?” (risposta multipla)



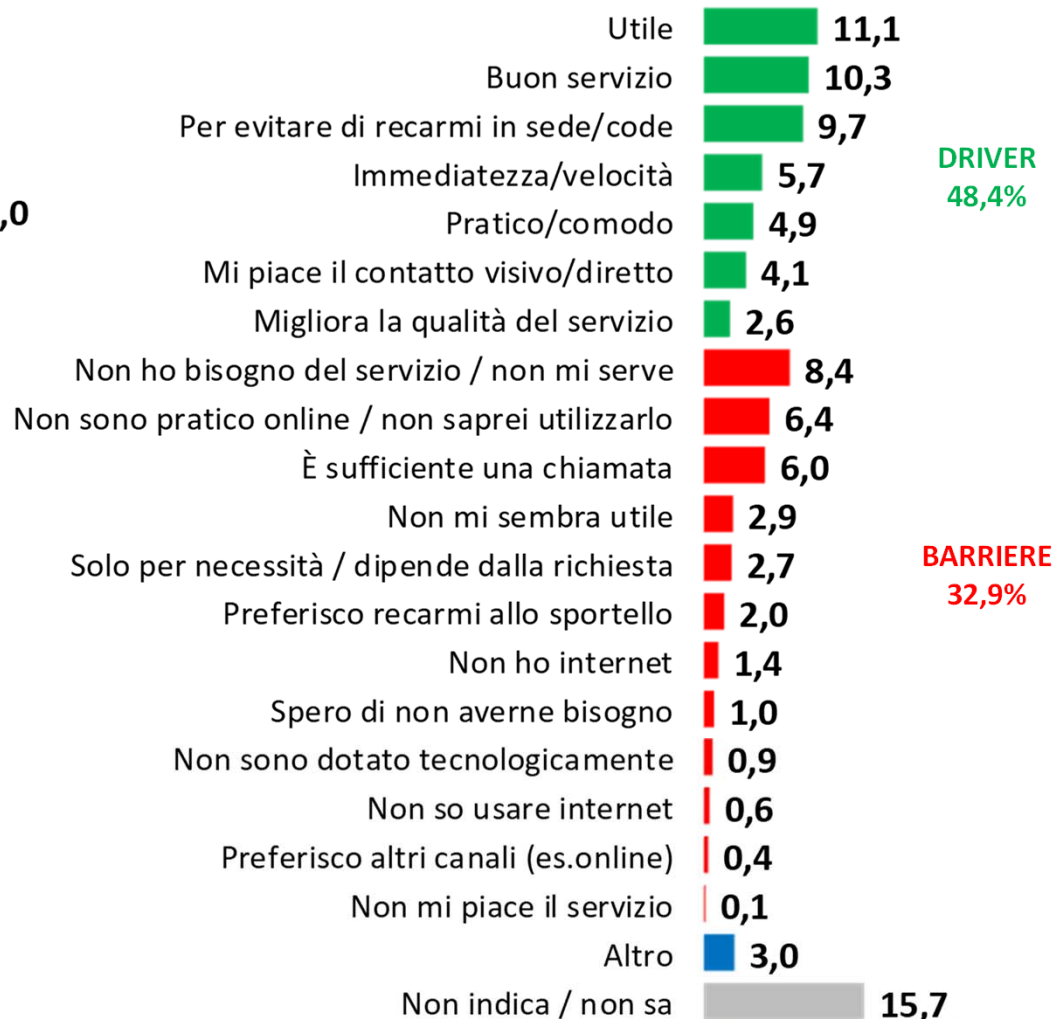
Servizio di videochiamata

L'8,1% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA

“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



60,0%

SITO INTERNET



38,5%

Linea subito libera 66,5%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1ª chiamata **83,5%**

chiamata successiva **11,0%**

altro canale contattato **8,5%**

"Non riusciva ad accedere al servizio"

"Restava a lungo in attesa"

"Non era presente l'operatore informato"

"Problema irrisolto – persistenza"

Il 47,1% ha tentato di risolvere il problema tramite il sito web / portale self service

Principali motivi di chiamata

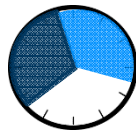
- Spiegazioni bollette, modalità pagamento, duplicati 18,5%
- Dati fatture, autoletture e bollette pagate 16,5%
- Mancata ricezione della bolletta 14,5%
- Subentro / Voltura 14,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 36 RISPOSTE

- del tutto 22,2%
- abbastanza 55,6%

Durata della chiamata



- meno di 2' 18,0%
- tra 2' e 5' 38,0%
- tra 5' e 10' 15,5%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **97,0%**



Non risolve, perché...

"Rimandato a più persone, non è riuscito a risolvere"

"Deve andare di persona all'ufficio competente"

"Deve procurarsi della documentazione e poi ricontattarli"





Tempi di attesa

prima di parlare con l'operatore

- meno di 15' 47,5%
- tra 15' e 40' 39,1%
- oltre 40' 1,5%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **94,6%**

visita successiva **5,0%**

altro canale contattato **21,8%**

"Restava a lungo in attesa, senza poter parlare con nessuno"
"Problema irrisolto / persistenza del problema"
"Doveva verificare la fattura"



Il 90,9% ha tentato di risolvere il problema contattando il Numero Verde

Principali motivi di visita

- Subentro/ Voltura 19,8%
- Mancata ricezione delle bollette 16,3%
- Spiegazione bollette o modalità pagamento o duplicato 9,4%
- Dati relativi a bollette pagate e non pagate 8,4%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 48 RISPOSTE

- del tutto 20,8%
- abbastanza 62,5%

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 20,3%
- tra 5' e 15' 53,5%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **98,0%**



Risolve in parte la richiesta **1,5%**

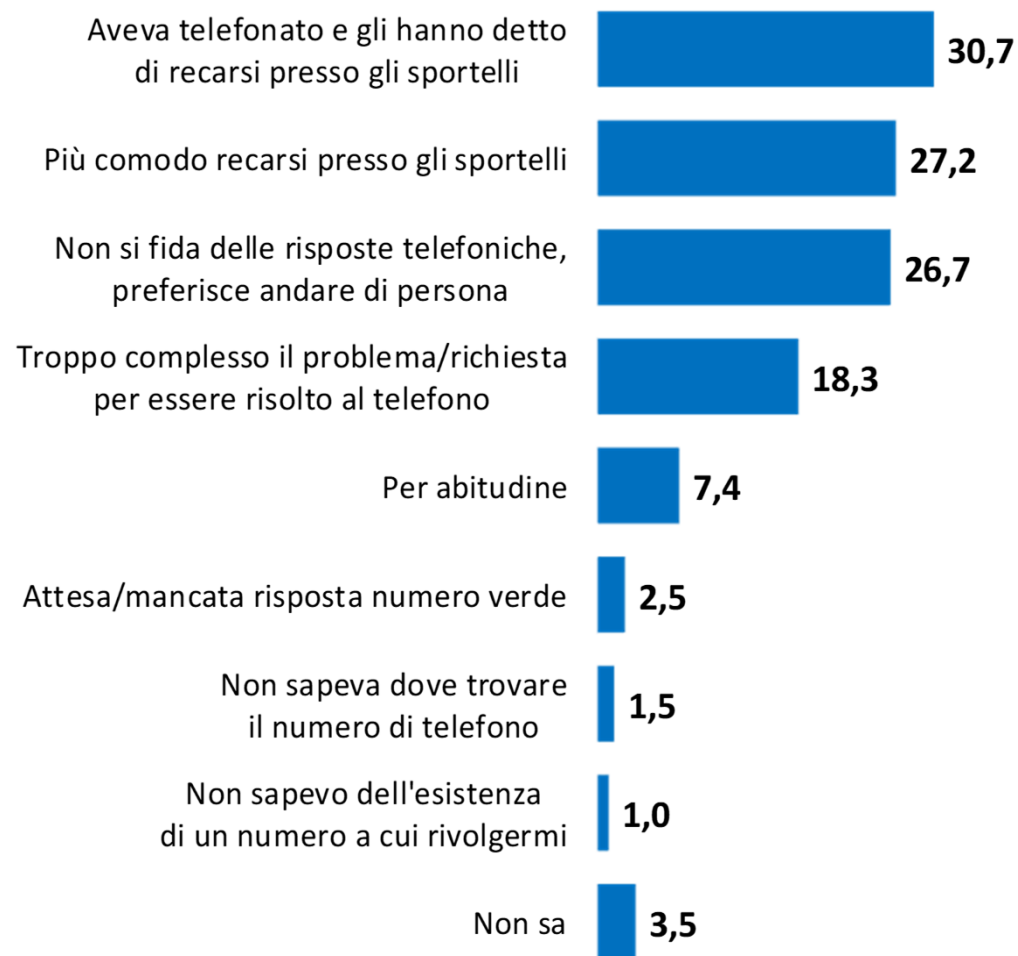


"Attendere una chiamata dell'azienda"
"Presentare della documentazione mancante"

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?

BOLLETTA



52,5%

SITO INTERNET



45,0%

Tramite lo sportello online



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **93,0%**



Alcune funzionalità sono carenti **6,5%**



*“Le risposte alle mie richieste / reclami arrivano in ritardo”
“Per concludere la pratica ho dovuto contattare il NV”*

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 43,0%

Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 60,5%
- Pagamento della bolletta / fattura 25,5%
- Gestione del contratto 17,5%
- Visualizzazione estratto conto 13,5%
- Informazioni contrattuali 7,0%

36,0% ha utilizzato altri canali, quali...



Informazioni coerenti nei diversi contatti



56,9%



19,4%

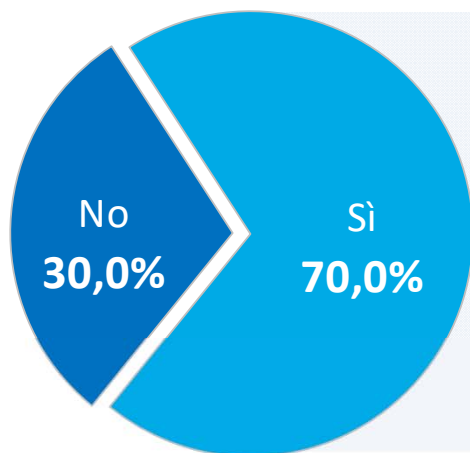
- del tutto 29,2%
- abbastanza 62,5%

72 RISPOSTE



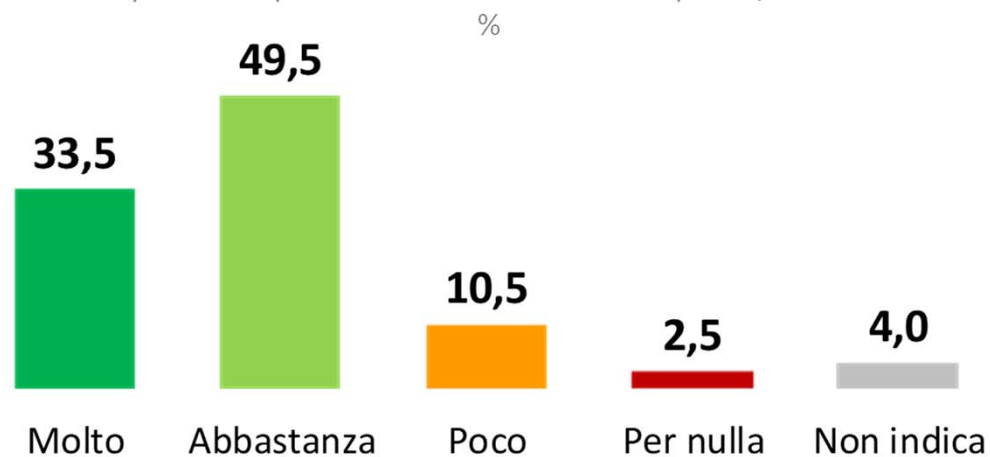
App MyUmbraAcque

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



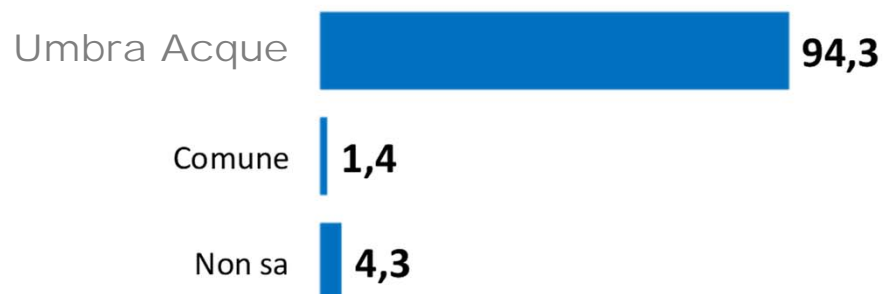
Al **65,7%** è capitato di utilizzare l’App MyUmbraAcque dal proprio smartphone/tablet

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

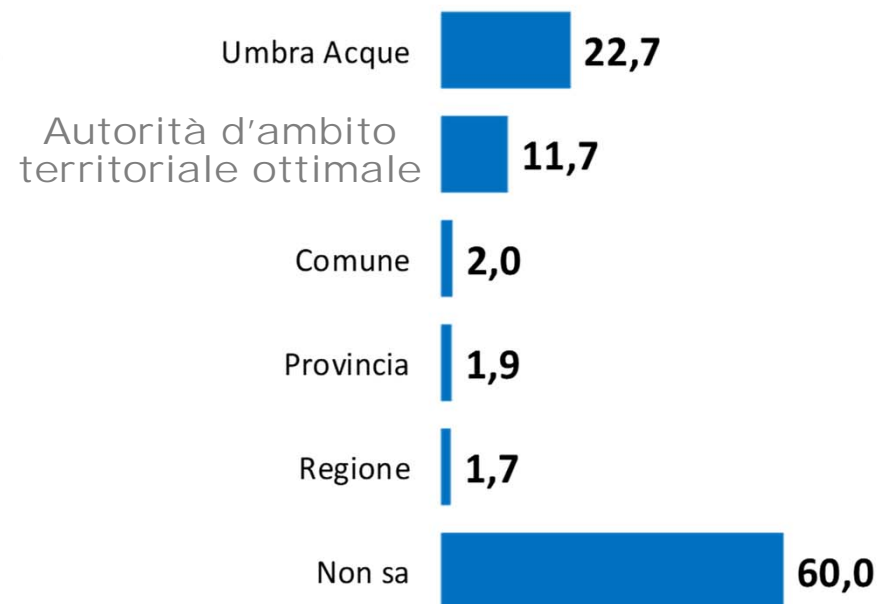


Conoscenza protagonisti servizio idrico

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



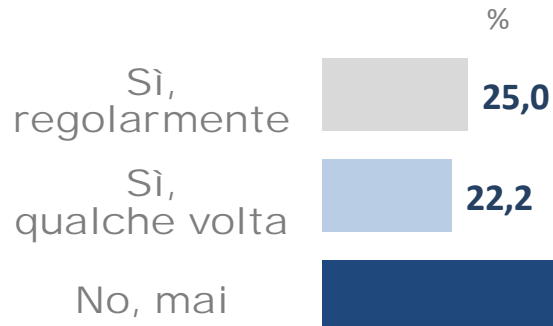
“Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?” (risposta spontanea)
%



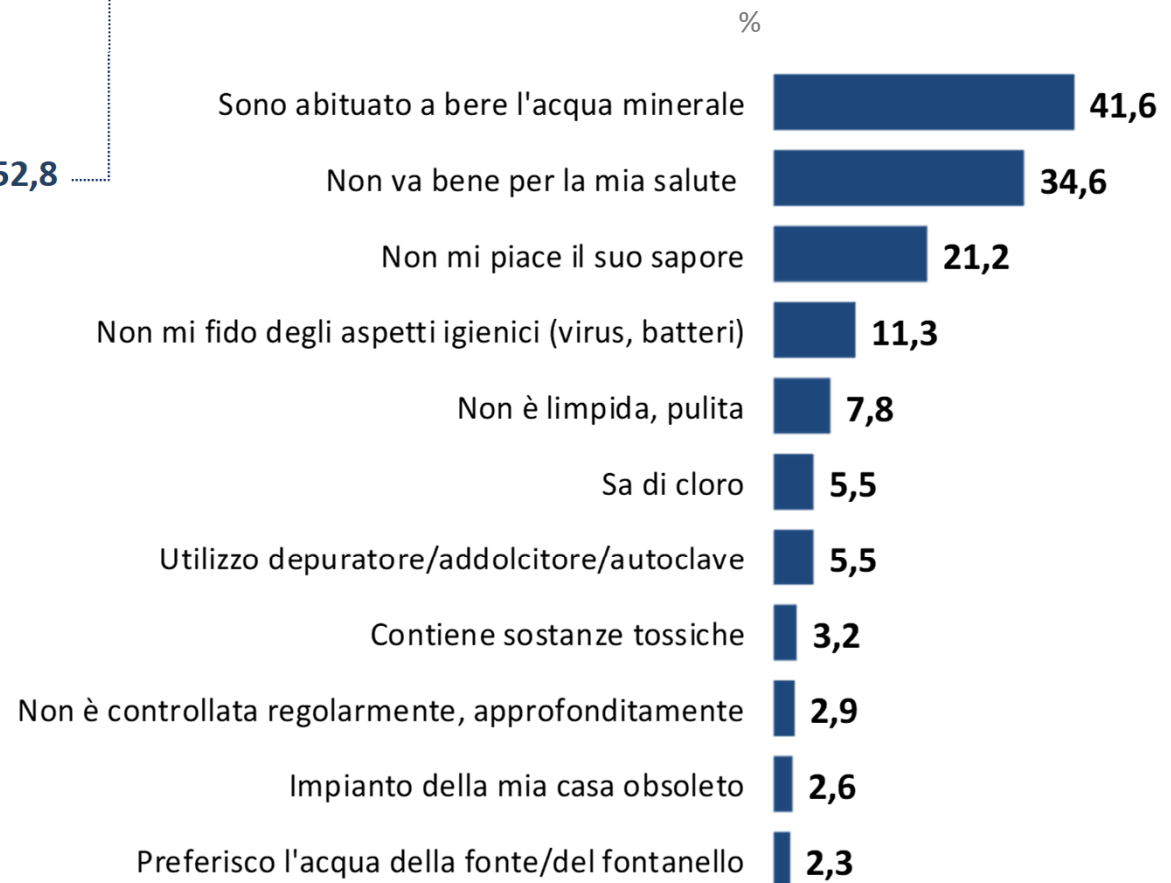
Utilizzo dell'acqua potabile



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



“Perché non beve mai l'acqua del rubinetto?” (risposta multipla)

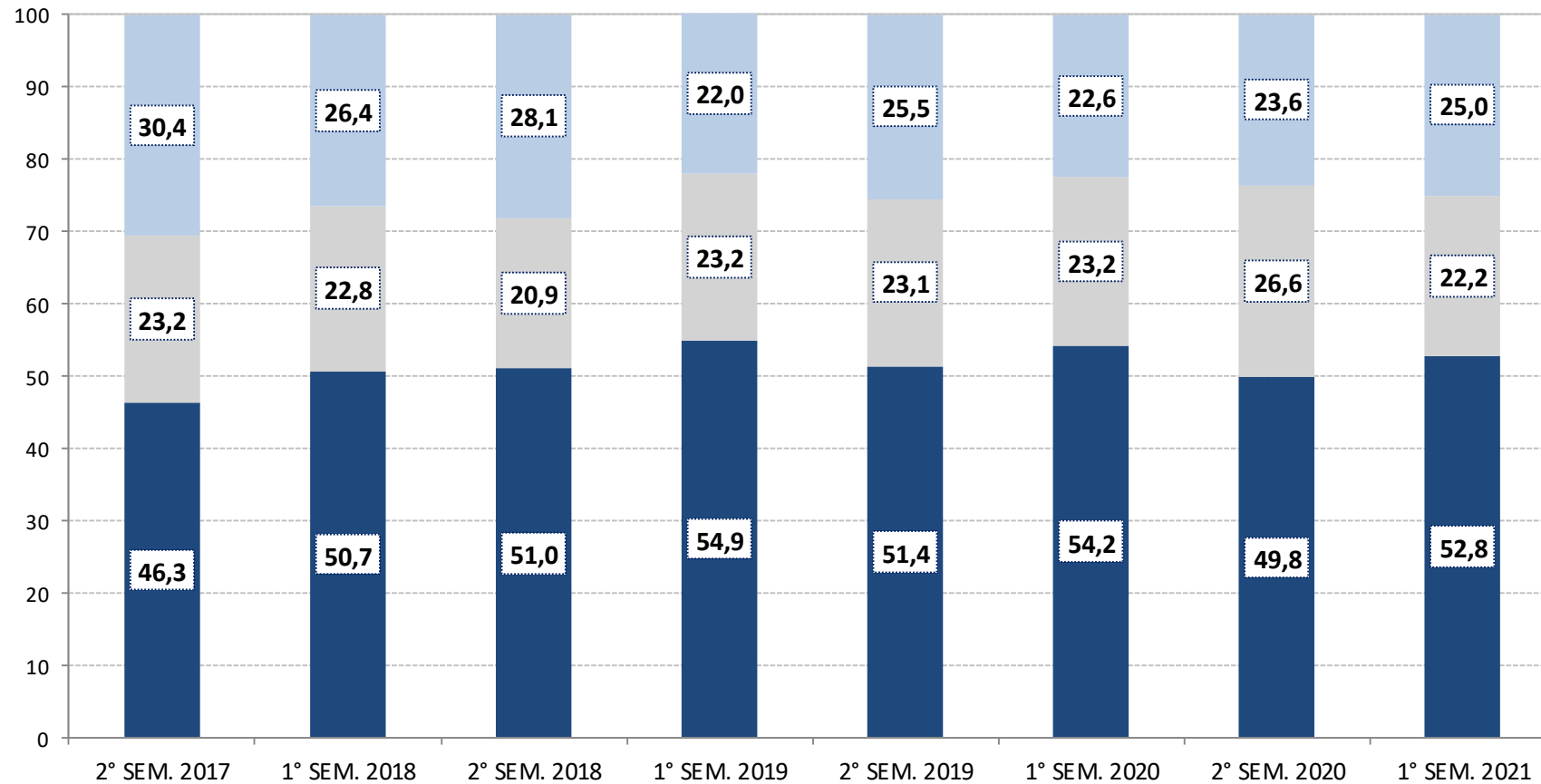


Utilizzo dell'acqua potabile



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

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



Indagine CAWI

Campione di 100 utenti UMBRA ACQUE SpA intervistati tramite questionario online

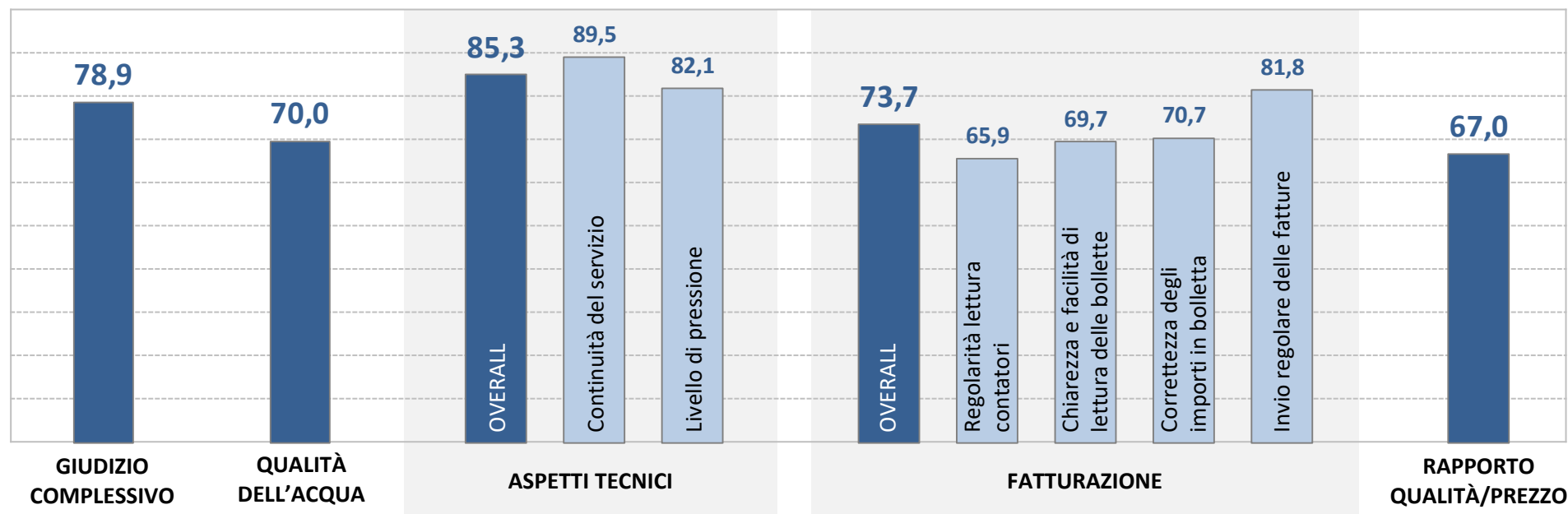
PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO

SESSO	UOMO	57,0%
	DONNA	43,0%
ETÀ	18-44 ANNI	35,8%
	45-54 ANNI	28,4%
	55 + ANNI	35,8%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE	87,2%
	INFERIORE	12,8%



Valutazione del servizio idrico

SODDISFATTI (% voto 6-10)





Società del Gruppo  intersistemi



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
via Sardegna, 39
20144 Milano
06 89924900

