

Indagine di Customer Satisfaction

1° semestre 2019

report



realizzata da



research hub



CHANGE
Solutions Ahead



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

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 8

SEZIONE CUSTOMER SATISFACTION 10

(aree d'indagine comuni a tutte le società del Gruppo Acea)

💧 Giudizio "di pancia" sul servizio idrico	11
💧 Qualità dell'acqua	14
💧 Aspetti tecnici del servizio	16
💧 Fatturazione	19
💧 Rapporto qualità prezzo	22
💧 Segnalazione guasti	24
💧 Intervento tecnico	27
💧 Numero Verde Commerciale	30
💧 Sportello	34
💧 Sportello online	38
💧 Sito Internet	41

SEZIONE OPEN 44

(aree di approfondimento su temi d'interesse della società)

💧 Aspetti da migliorare	45
💧 Numero Verde Commerciale	46
💧 Sportello	47
💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	48
💧 Sportello online	49
💧 App MyUmbraAcque	50
💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	51
💧 Utilizzo dell'acqua potabile	52

INDAGINE CAWI 54

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

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

Per il biennio 2019-2020, il **RTI Research Hub srl** e **CSA srl** 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 da ACEA Direzione Relazioni Esterne e Comunicazione ed è diretta da *Alberta Riccardi* e da *Valentina Muffatto*, 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 2019**.

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 **1.802 clienti della società**: la raccolta dei dati è avvenuta dal 29 aprile al 5 giugno 2019.

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

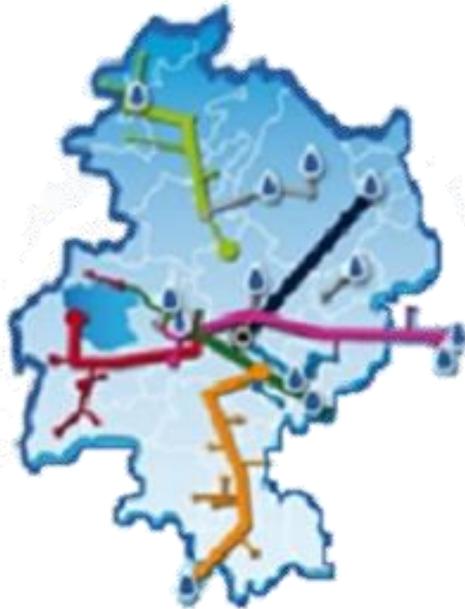
L'impianto di ricerca è articolato in diverse rilevazioni campionarie:

- Q **800** interviste rivolte a **clienti domestici (748 interviste)** e **non domestici (52 interviste)** con **utenza diretta (indagine generale)**
 - Q **200** 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 **202** 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 **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati allo sportello online (call back sportello online)**
- *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione generale di 800 casi è pari a +/- 3,5 punti percentuali, al 95% di probabilità.*
 - *Per l'indagine generale sono state realizzate 710 interviste CATI e 90 interviste CAWI.*
 - *I risultati dell'indagine telematica sono stati analizzati e presentati separatamente.*

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	PESO AREA
CENTRO	354	49,9%
EST	80	11,3%
NORD	100	14,1%
OVEST	93	13,1%
SUD	83	11,7%

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	62,0	67,5	48,5	56,9	67,0
DONNA	48,9	38,0	32,5	51,5	43,1	33,0
18-34 ANNI	10,3	6,7	5,6	8,6	12,9	12,8
35-44 ANNI	20,5	12,9	20,6	13,9	15,5	26,7
45-54 ANNI	21,3	23,2	20,6	26,7	21,6	23,1
55-64 ANNI	21,4	22,7	25,0	18,2	19,1	16,4
65 + ANNI	26,5	34,5	28,3	32,6	30,9	21,0
ISTRUZIONE SUPERIORE	85,3	65,6	72,9	69,1	71,3	90,3
ISTRUZIONE INFERIORE	14,7	34,4	27,1	38,2	28,7	9,7
LAVORATORE DIPENDENTE	50,0	27,6	34,6	35,6	34,0	48,5
LAVORATORE AUTONOMO	21,7	36,2	26,0	23,6	24,7	20,2
DISOCCUPATO – IN CERCA	1,1	0,5	0,5	2,1	6,7	1,5
PENSIONATO	20,7	27,0	29,8	27,7	27,8	23,7
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	6,5	8,7	9,1	11,0	6,8	6,1

Customer Satisfaction Index (CSI)

→ **CSI PARZIALI**
 Sono calcolati come media ponderata della 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.

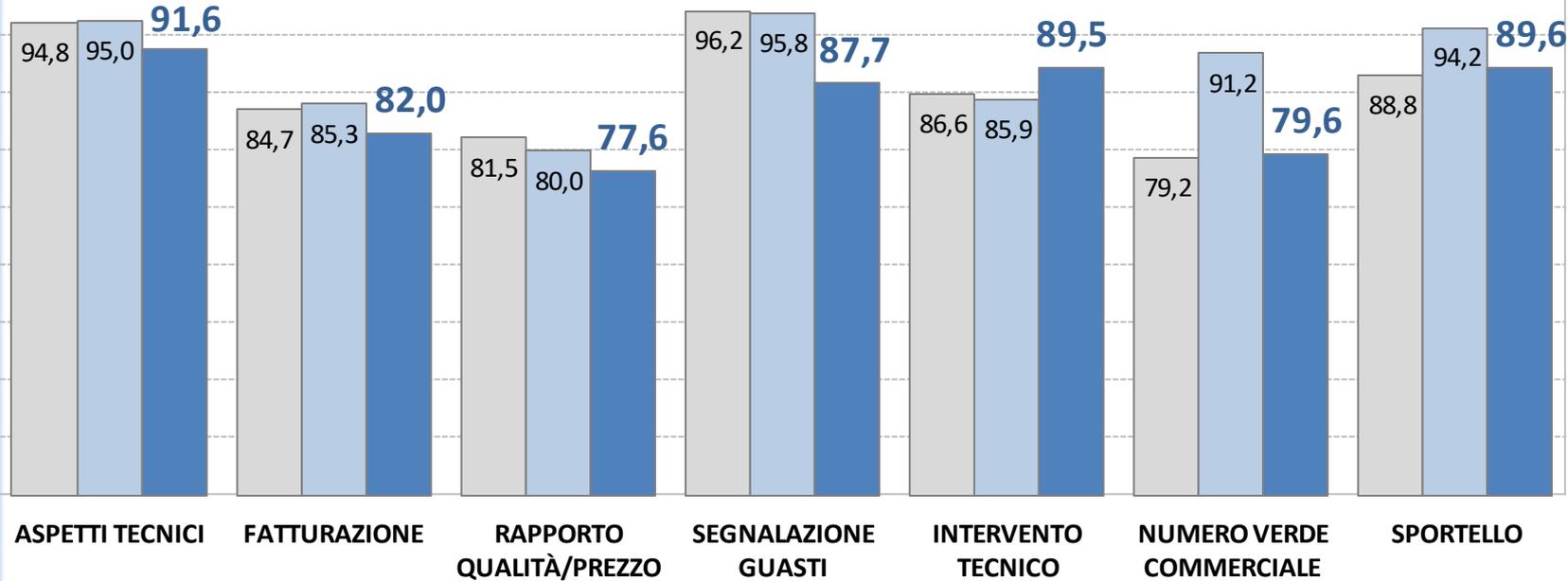
In formula:

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


CSI – Customer Satisfaction Index

85,7

■ 1° SEM. 2018 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2019



Sezione Customer Satisfaction

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



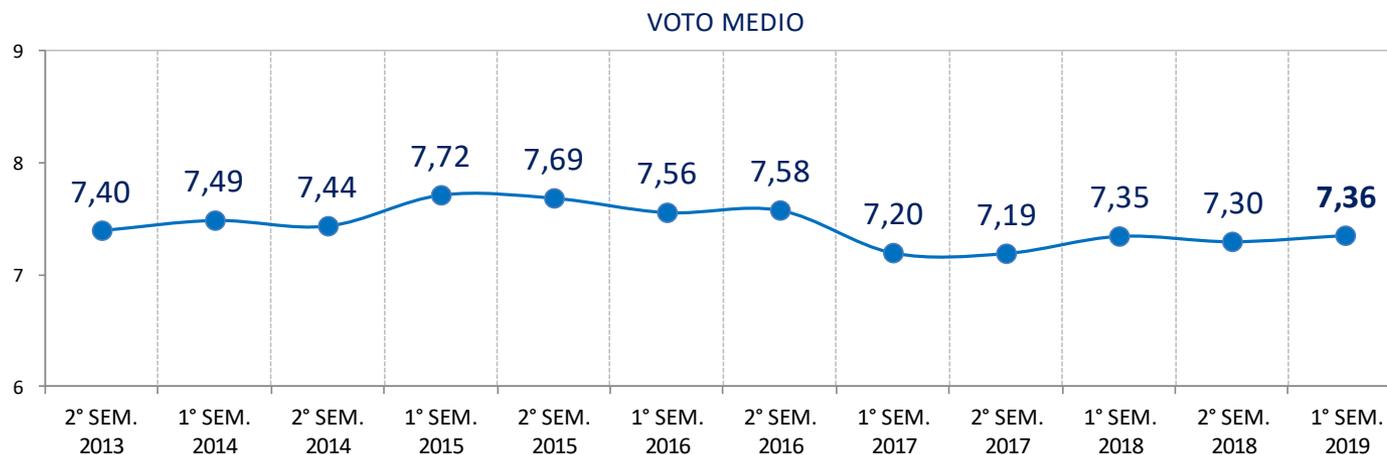
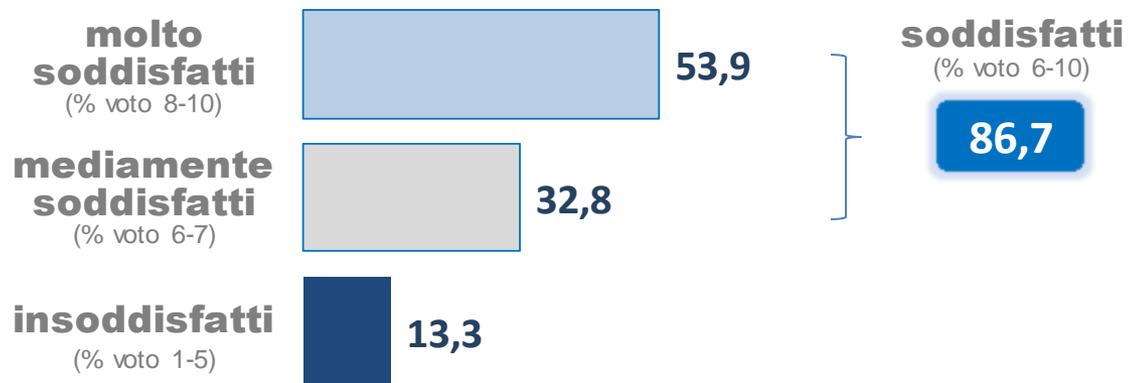
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **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

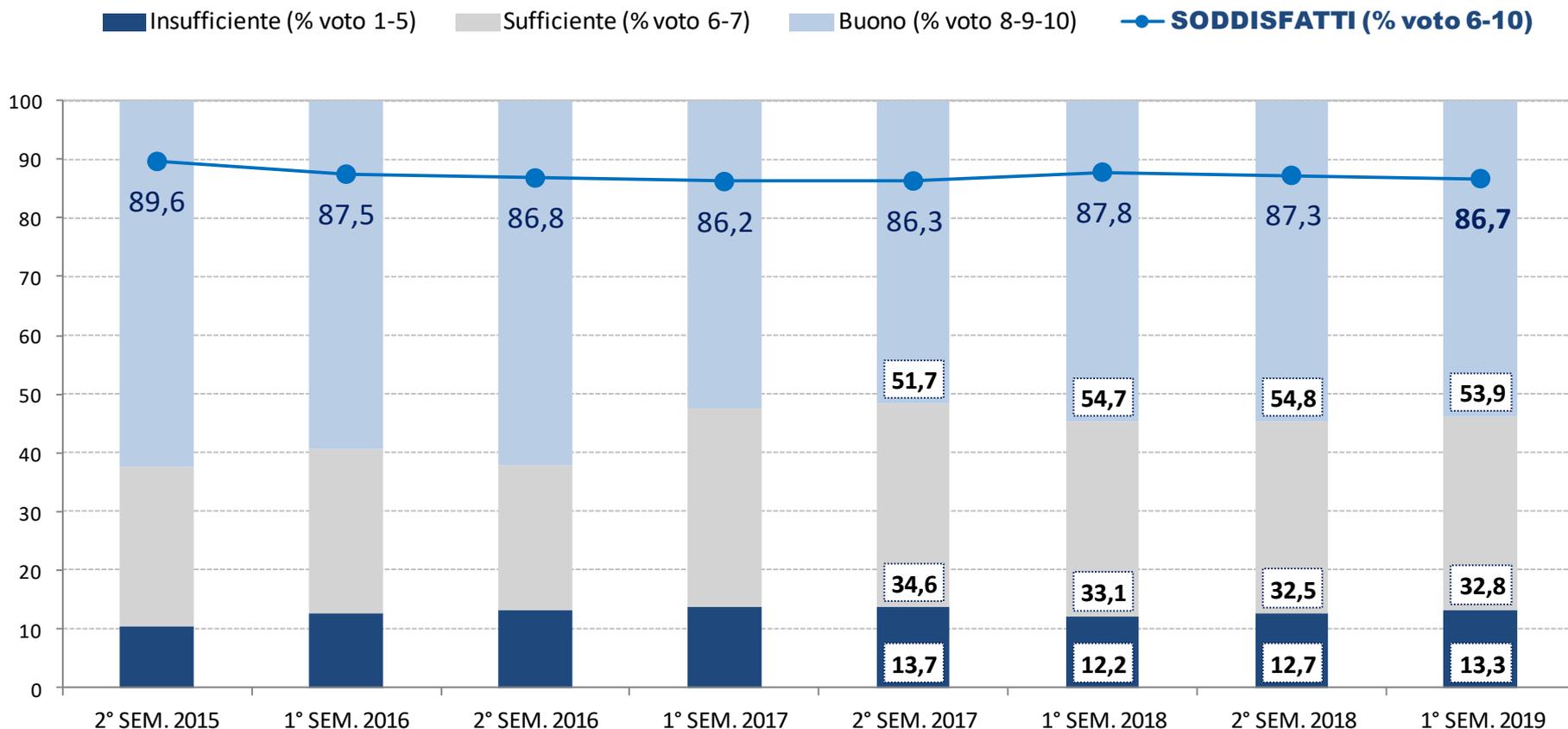
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornito, negli ultimi 6 mesi, da Umbra Acque.”
 [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Base = UTENZE DOMESTICHE E NON DOMESTICHE

Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

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

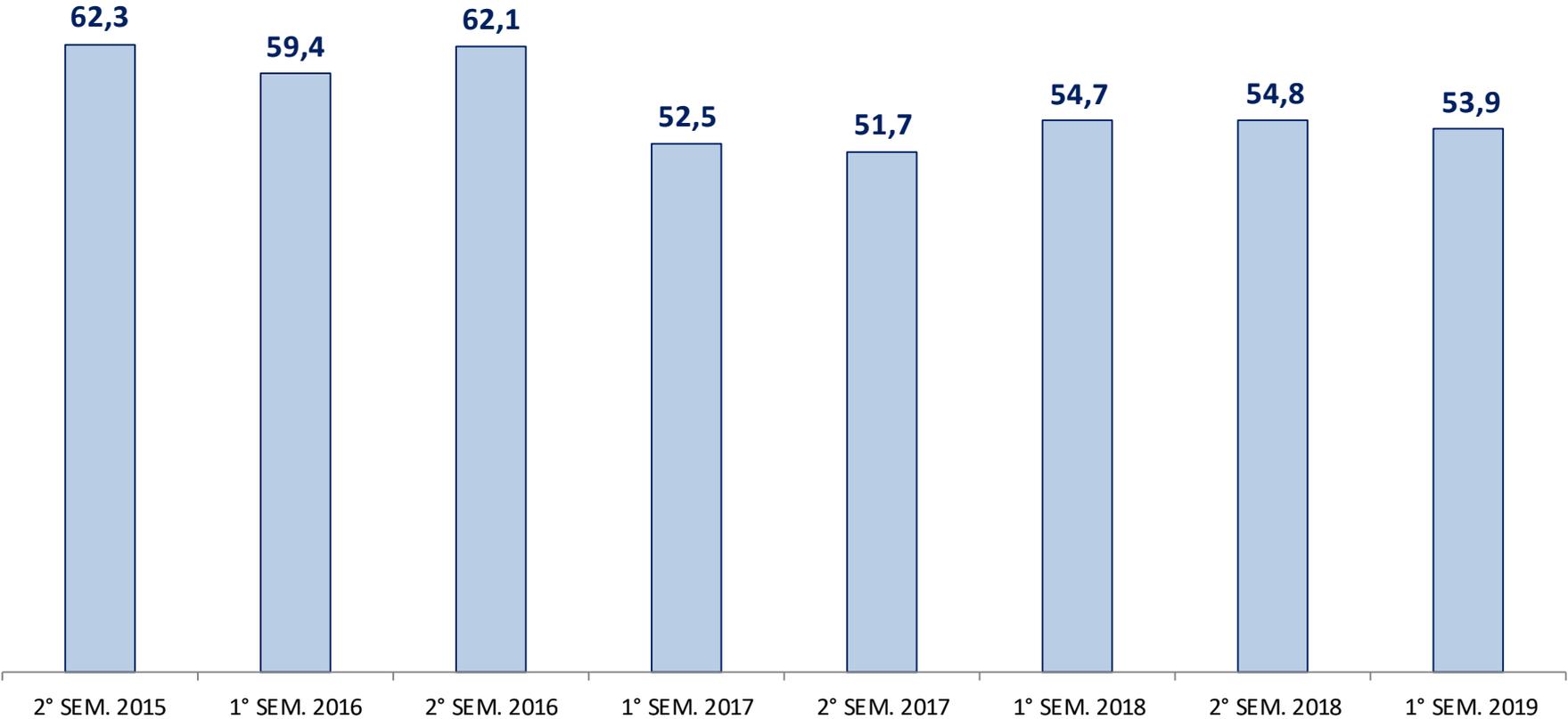


Base = UTENZE DOMESTICHE E NON DOMESTICHE

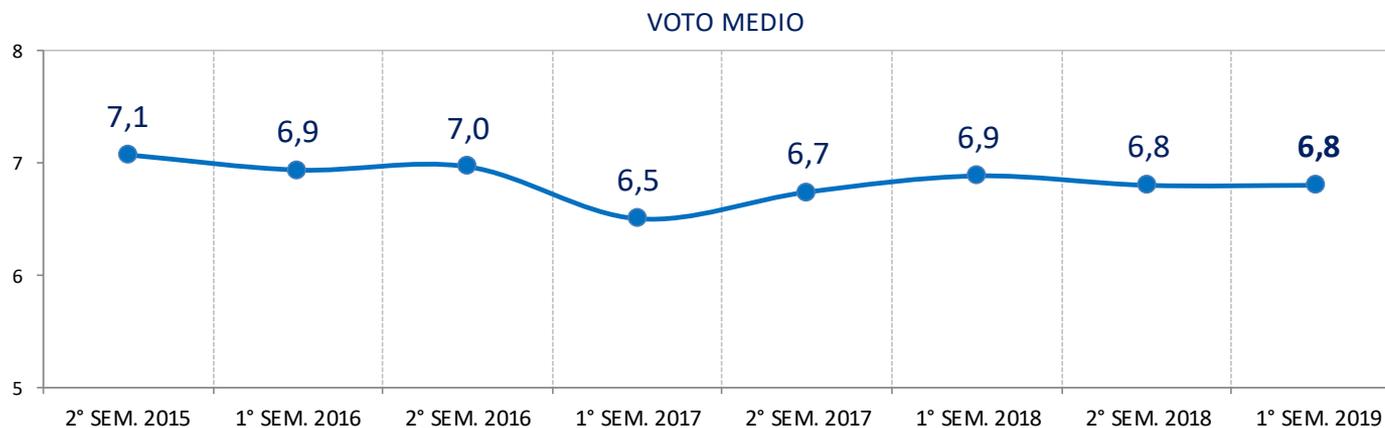
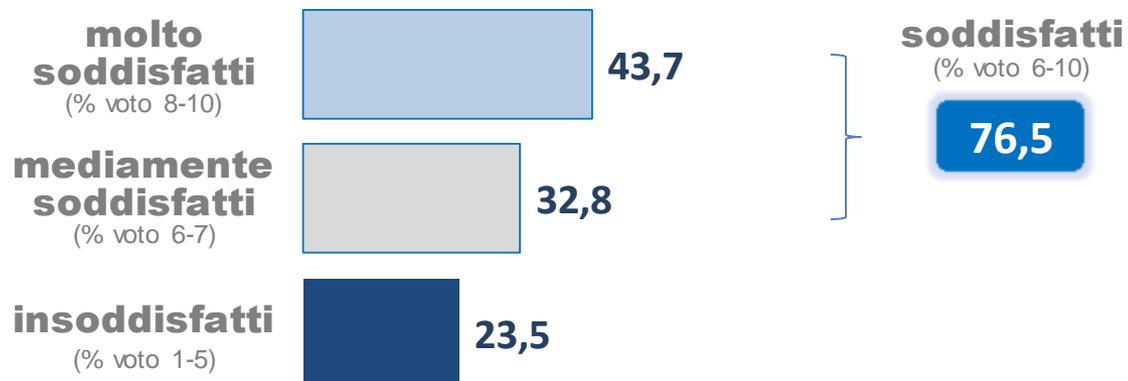
Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

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

molto soddisfatti (% voto 8-10)

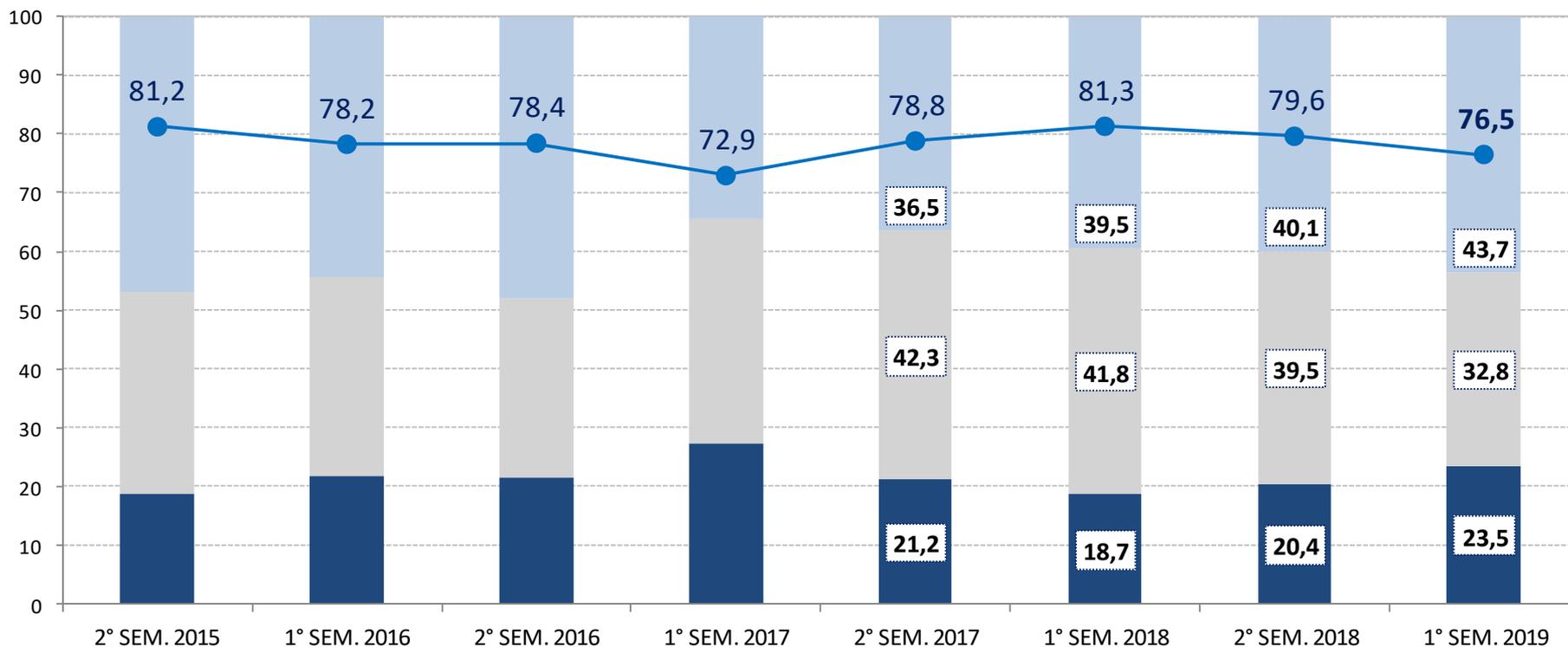


“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



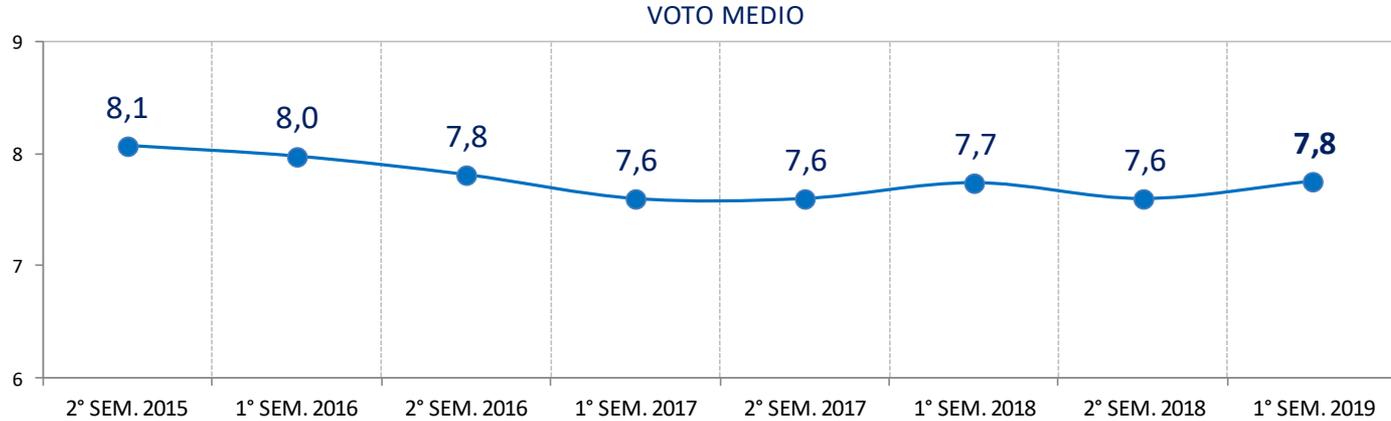
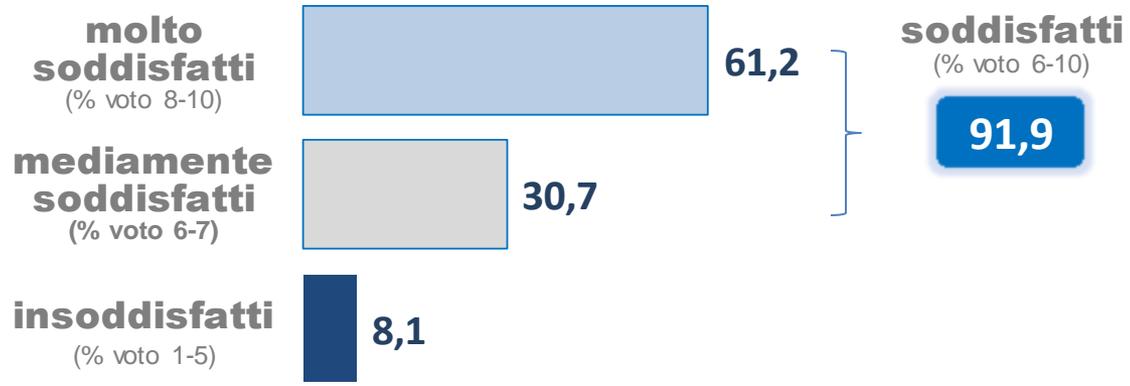
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell’acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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



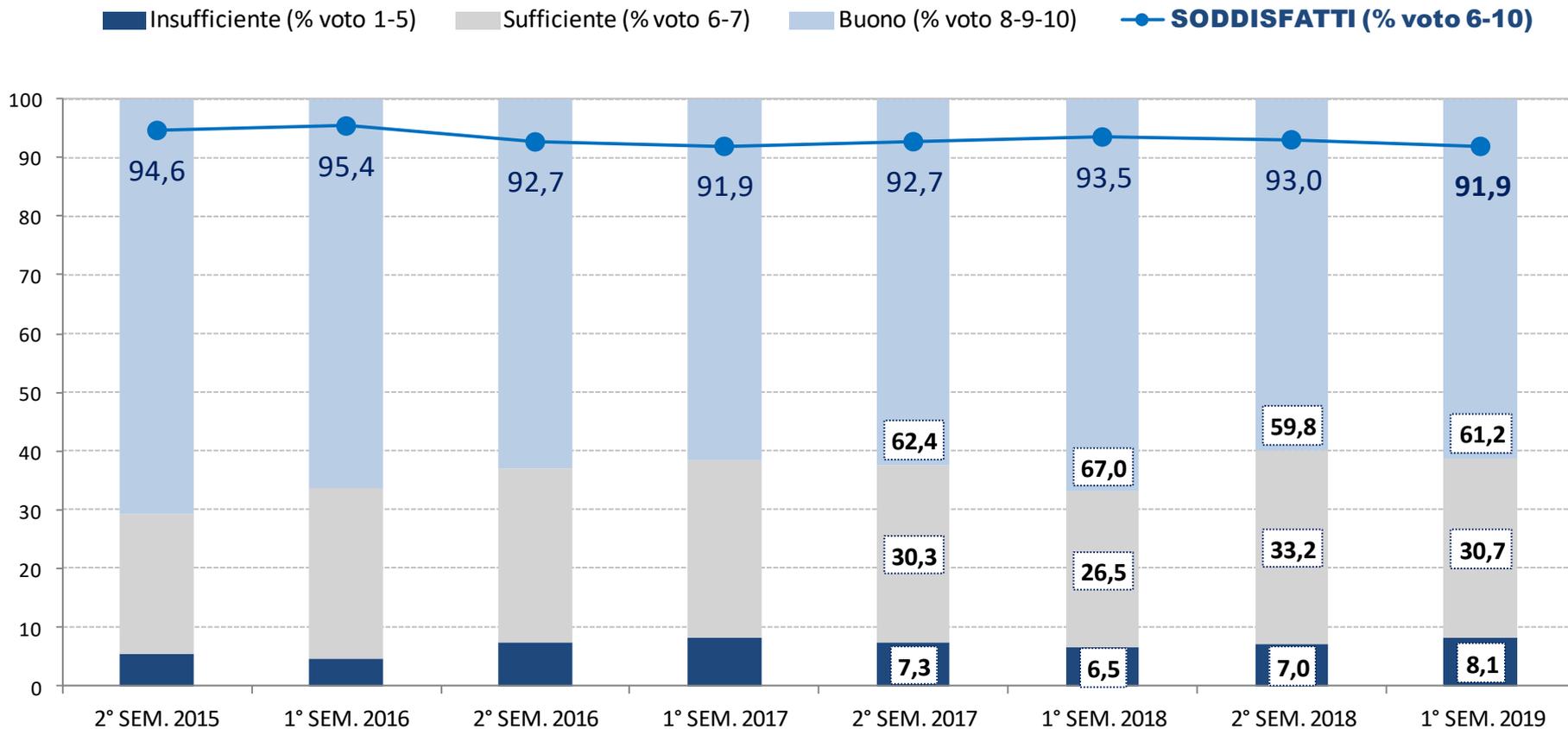
Aspetti tecnici del servizio

“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. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

CONTINUITÀ
DEL SERVIZIO



8,2

79,3

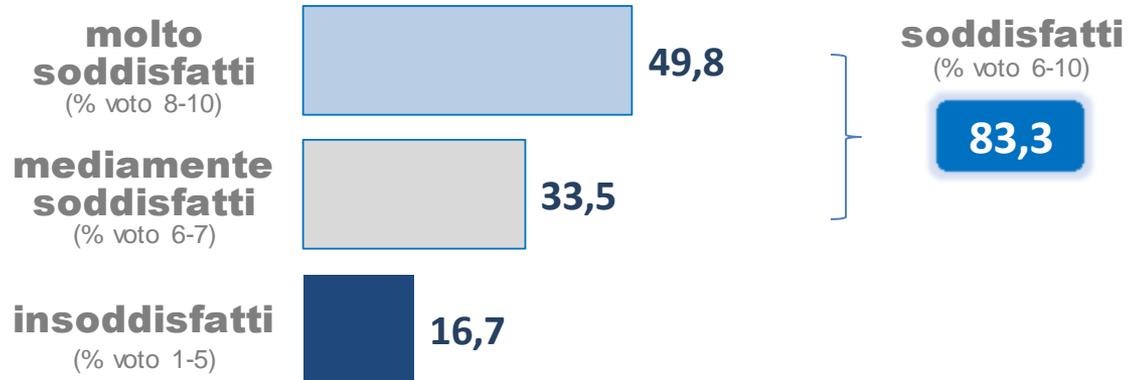
LIVELLO DI
PRESSIONE ACQUA



7,6

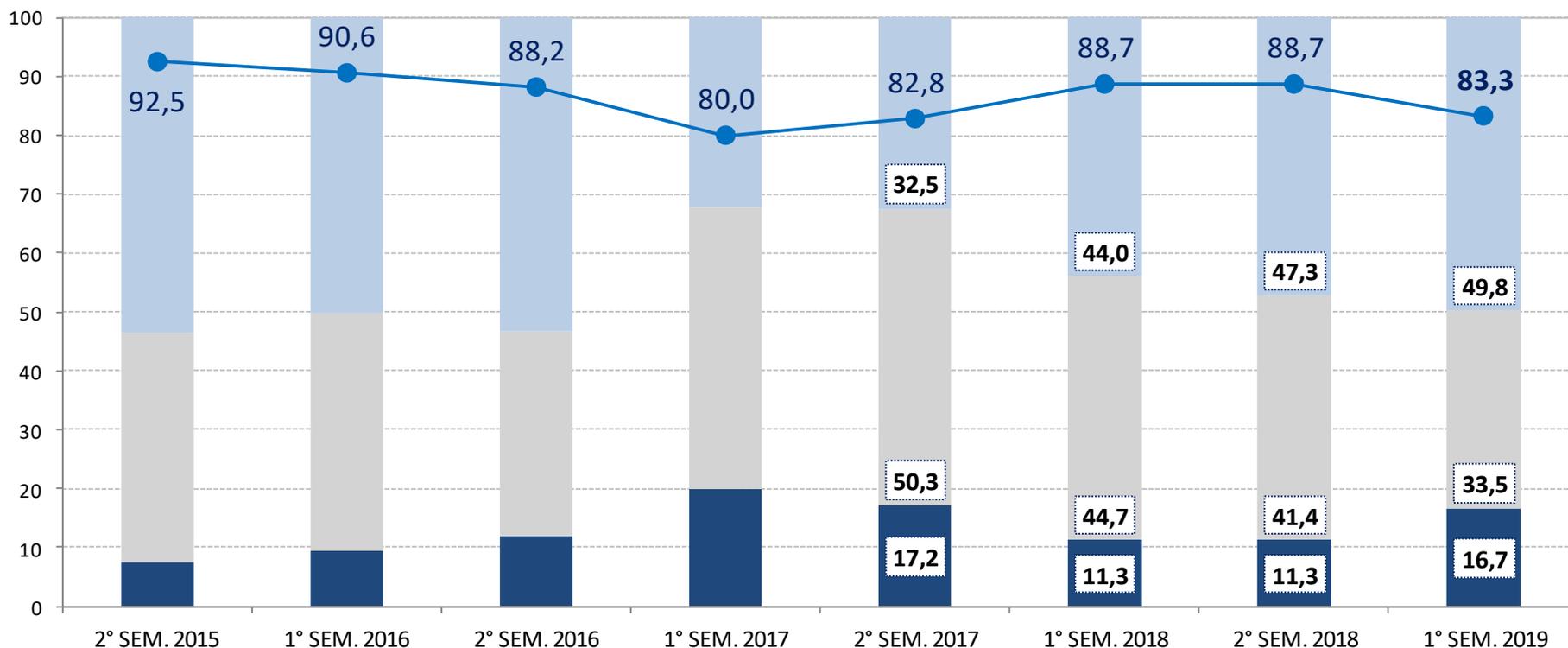
20,7

“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]



“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]

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

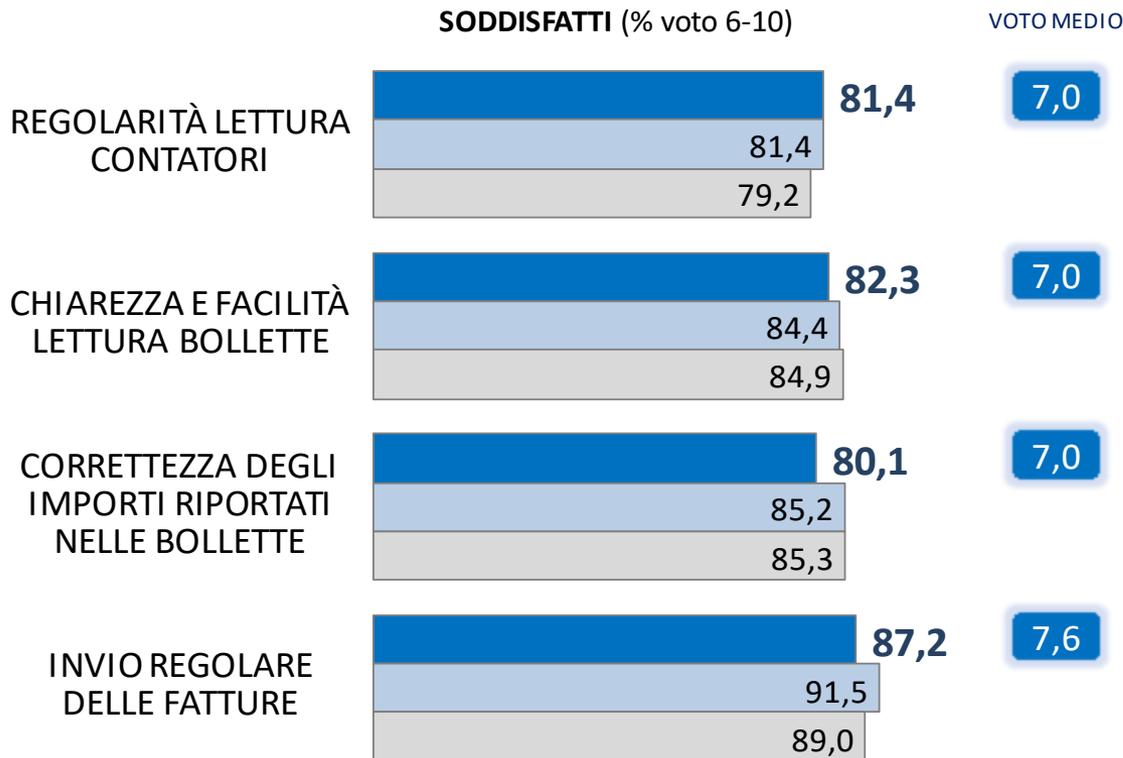


Base = UTENZE DIRETTE

Fatturazione - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018



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

IMPORTANZA (% di citazione)

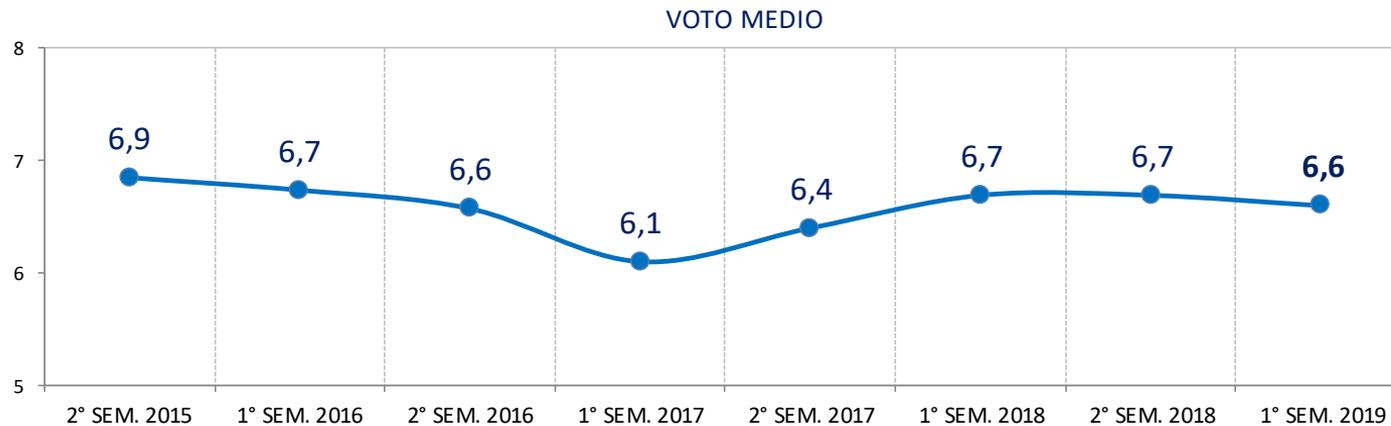
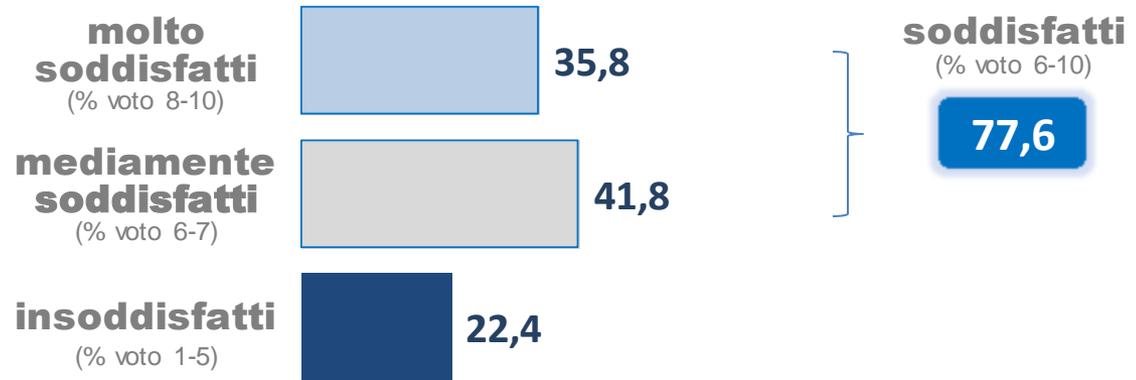
23,7

44,7

61,0

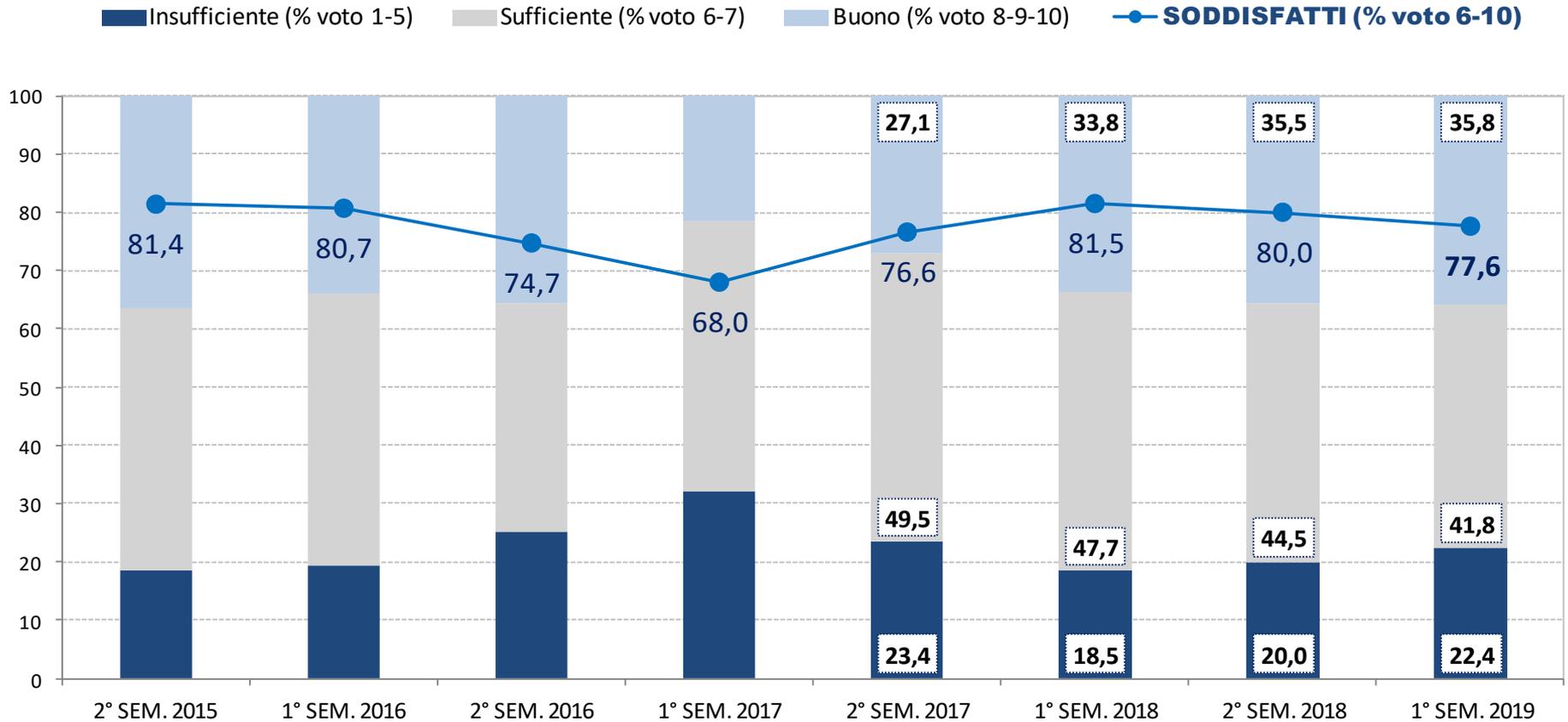
22,8

“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]

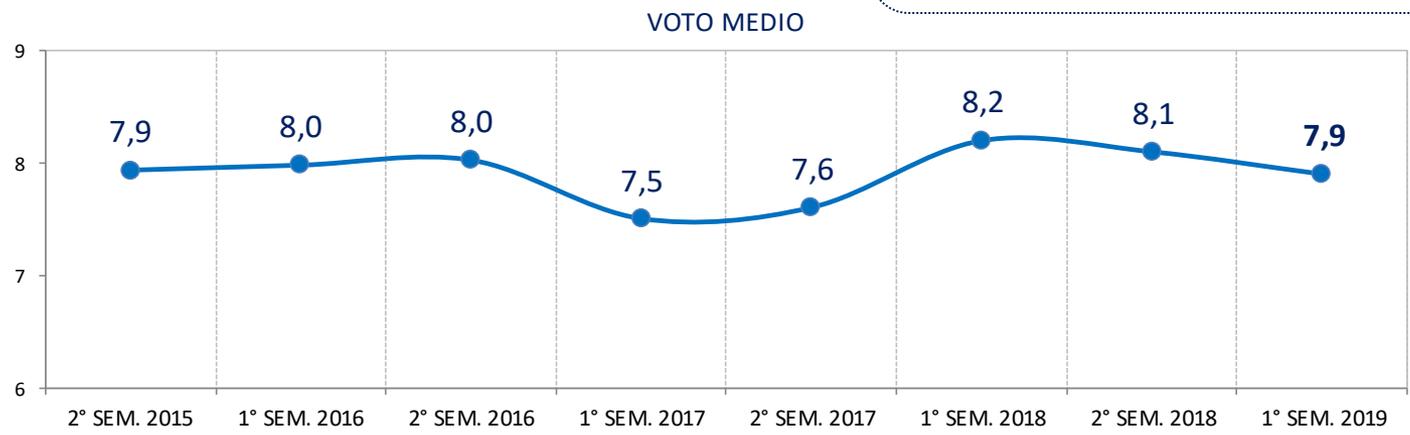


Segnalazione guasti

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

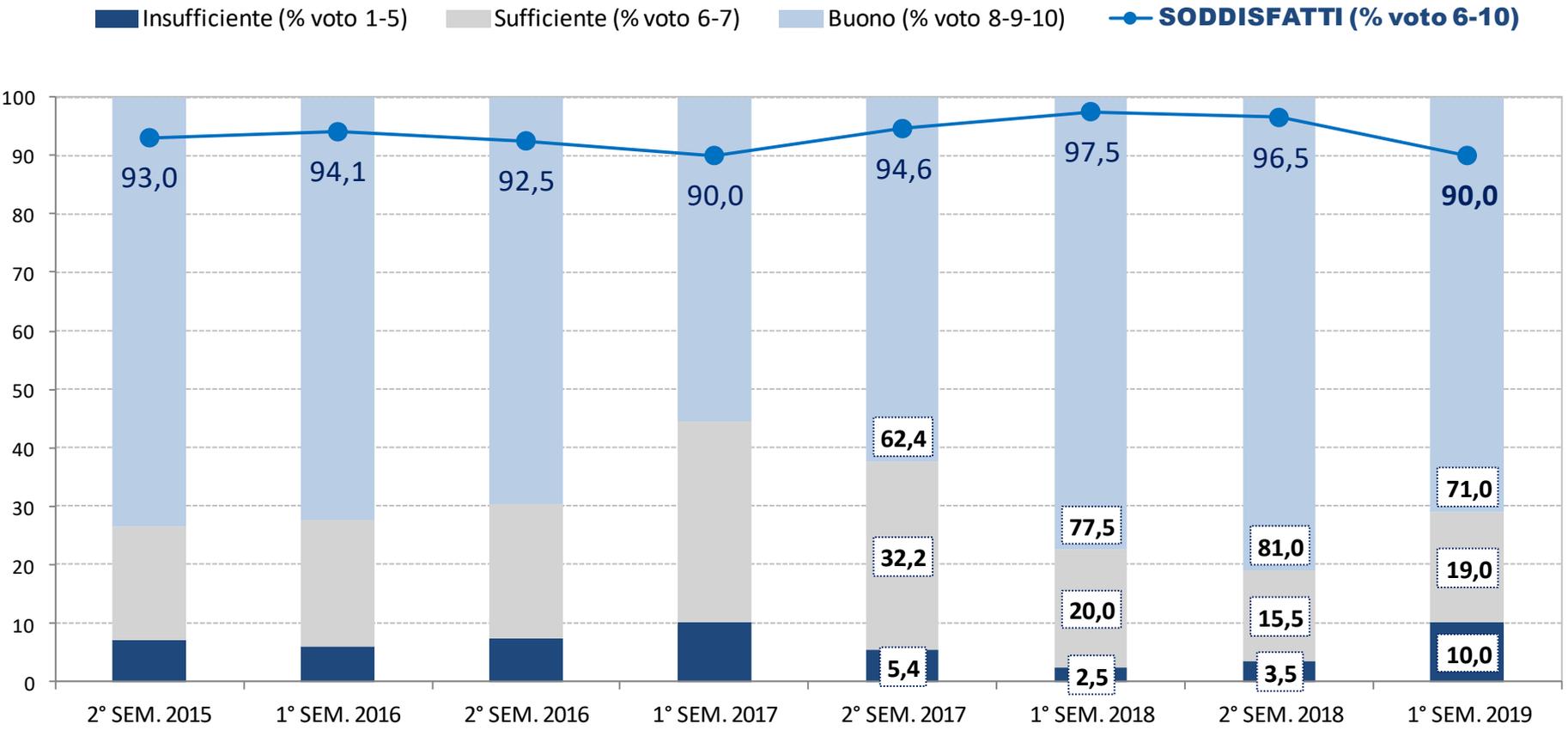


Nell'**87,4%** delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio
 [91,1%, 2° SEM. 2018]



Segnalazione guasti

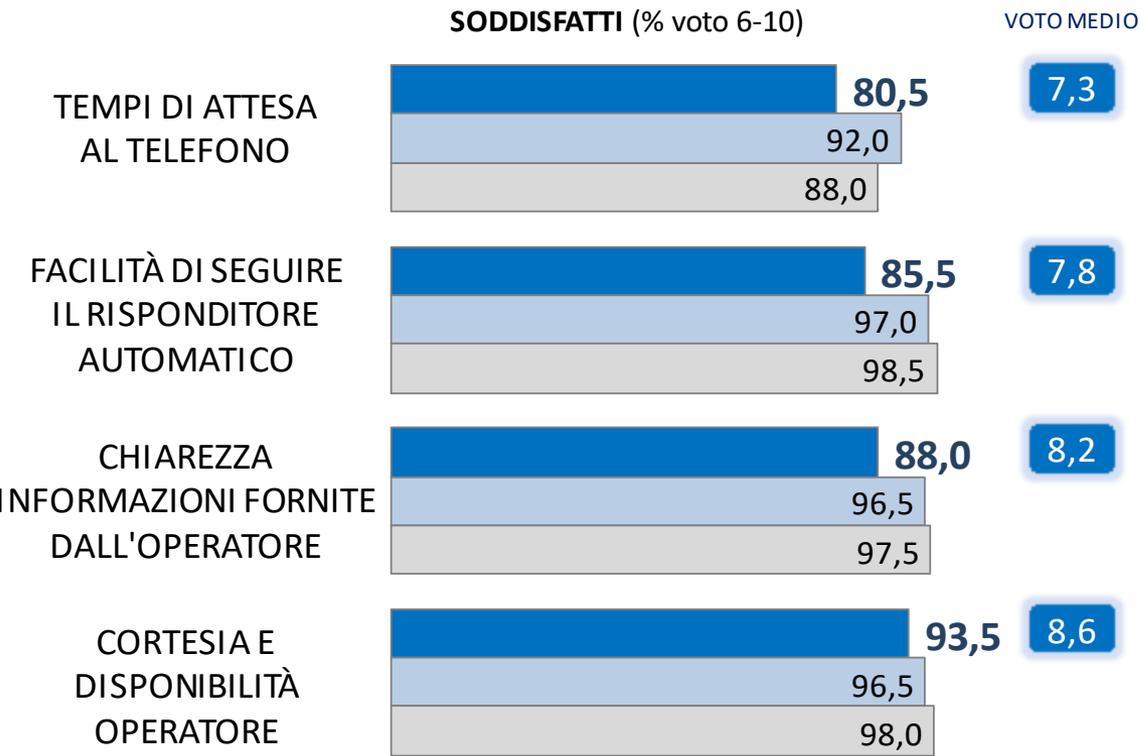
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad Umbra Acque?”
 [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Segnalazione guasti - indicatori di performance

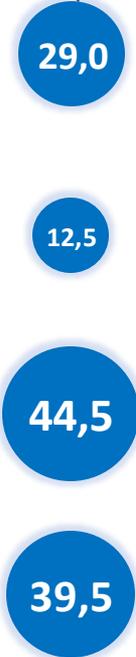
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018



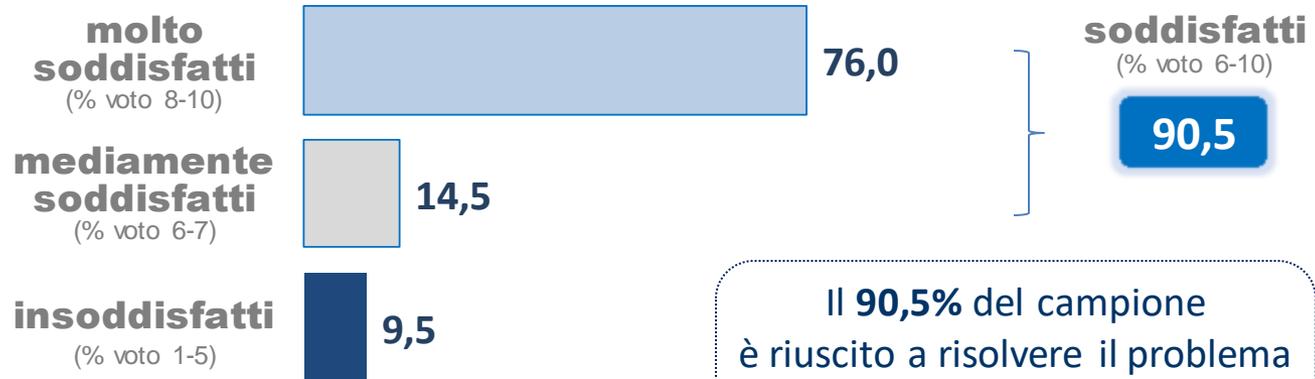
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)



Intervento tecnico

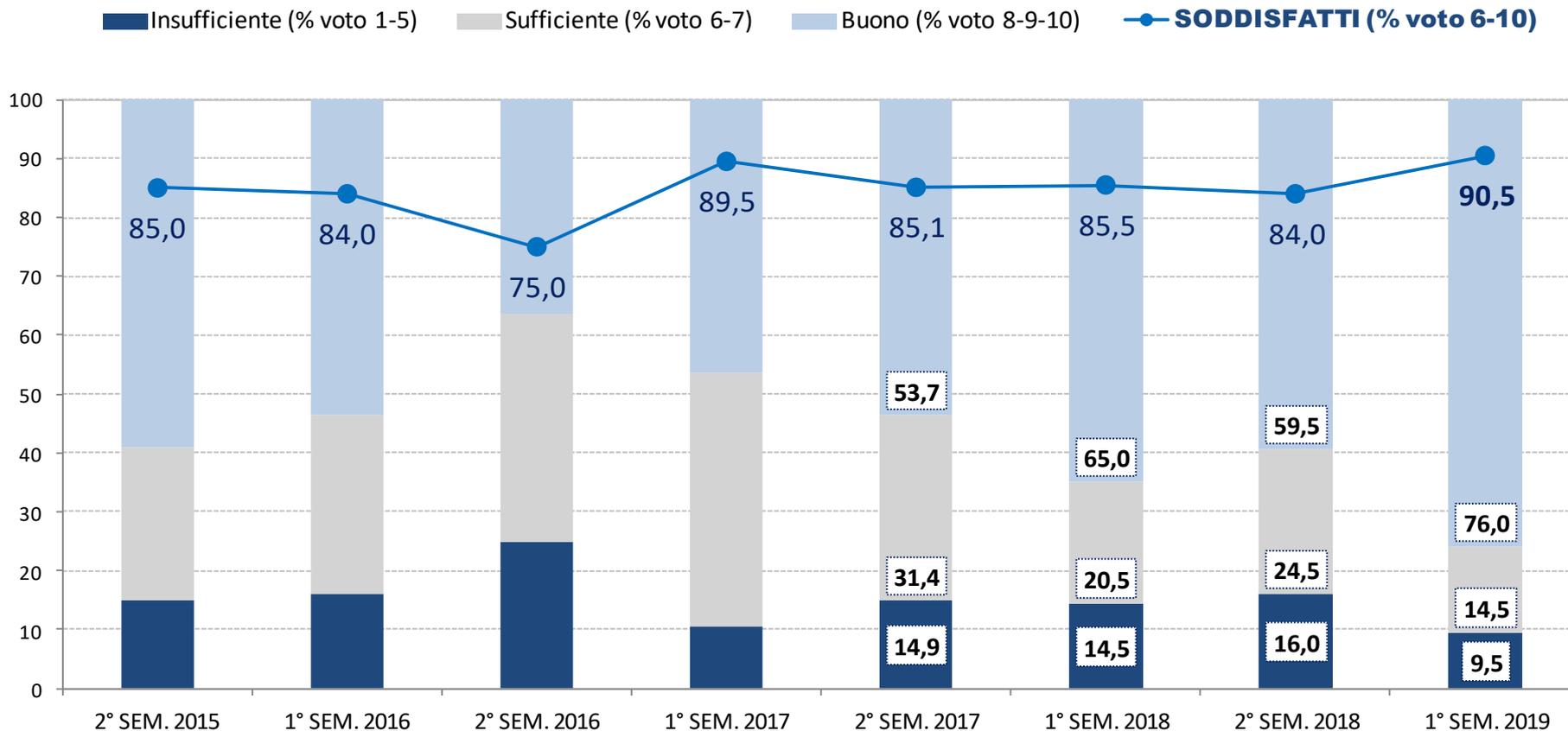
“Considerando complessivamente l’intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Il 90,5% del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l’intervento tecnico
[90,5%, 2° SEM. 2018]



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

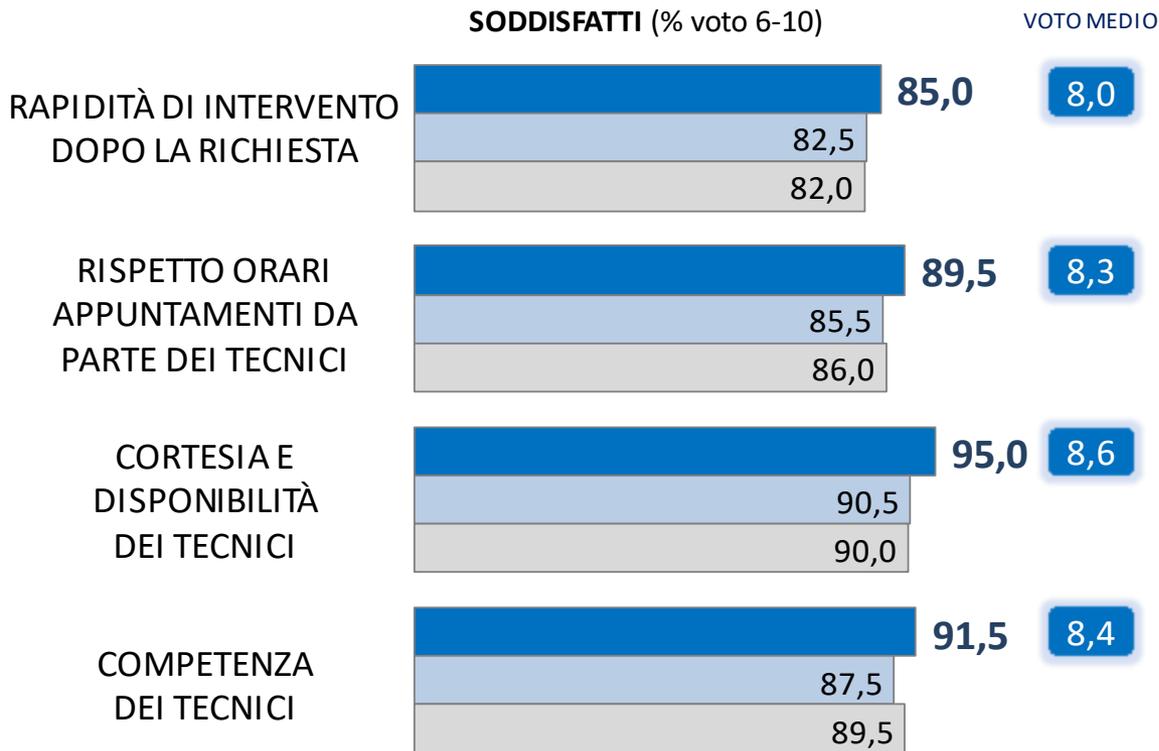


Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

Intervento tecnico - indicatori di performance

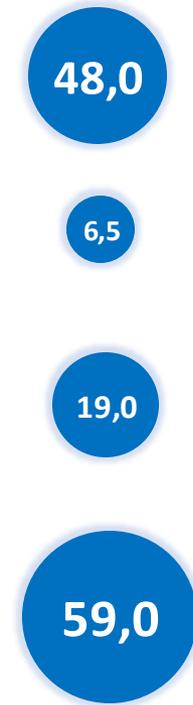
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018



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

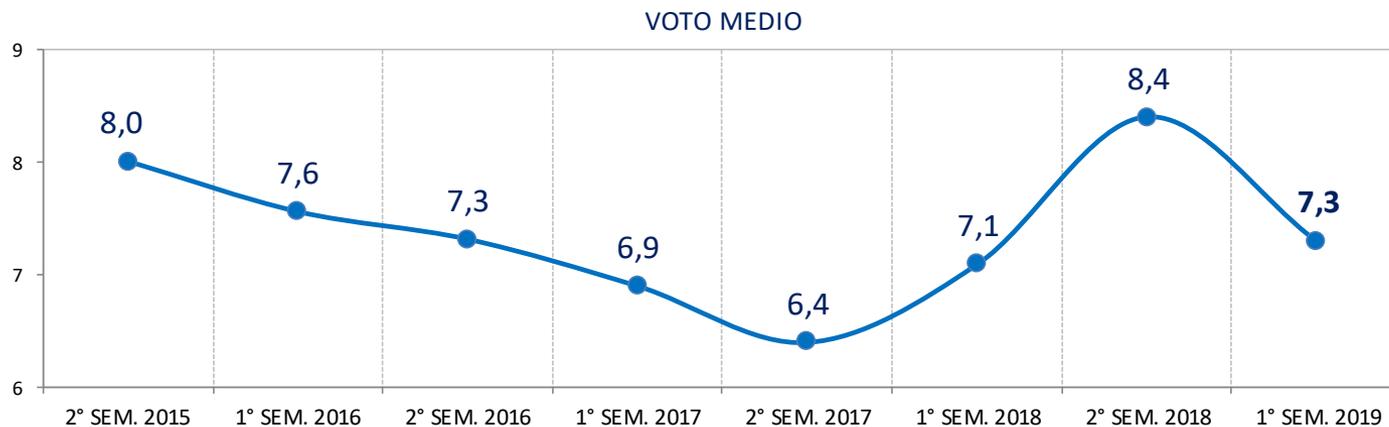
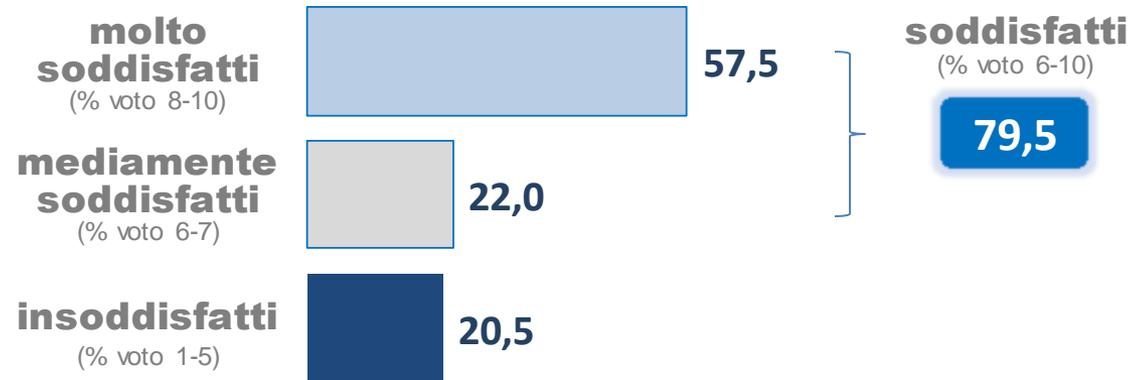
IMPORTANZA (% di citazione)



Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

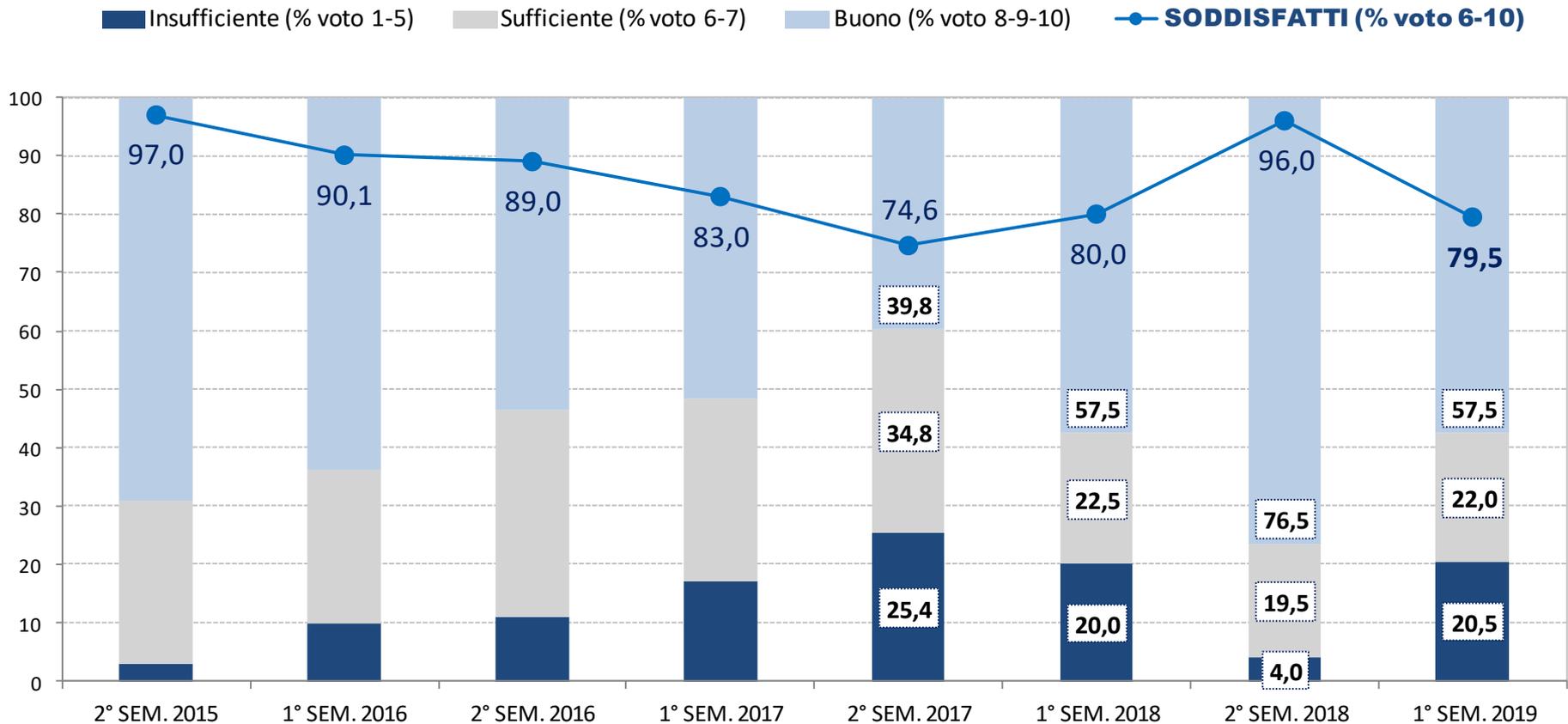
Numero Verde Commerciale

“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]



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

■ 1° SEM. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

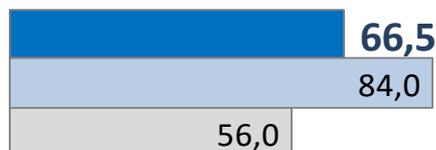
FACILITÀ DI SEGUIRE
IL RISPONDITORE
AUTOMATICO



7,3

9,0

TEMPI DI ATTESA



6,3

33,0

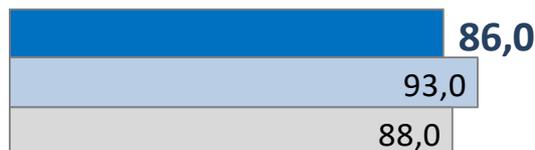
COMPETENZA
DELL'OPERATORE



7,7

41,5

CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



8,0

26,0

CHIAREZZA INFORMAZIONI
FORNITE DALL'OPERATORE



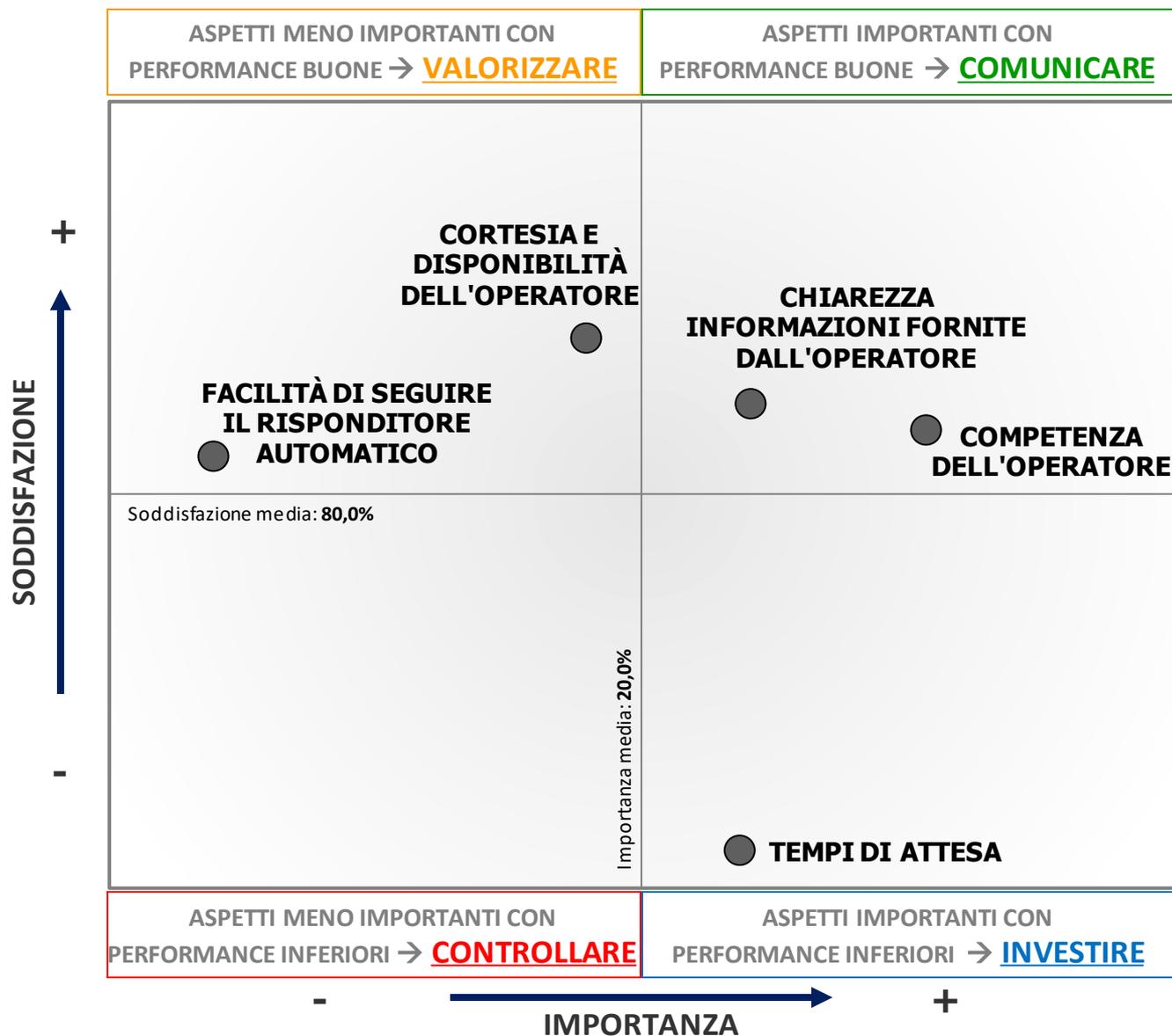
7,5

33,5

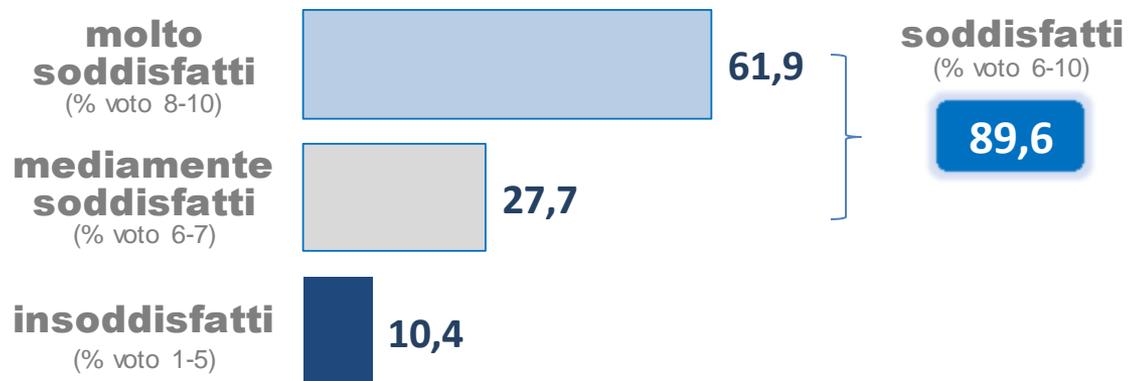
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)



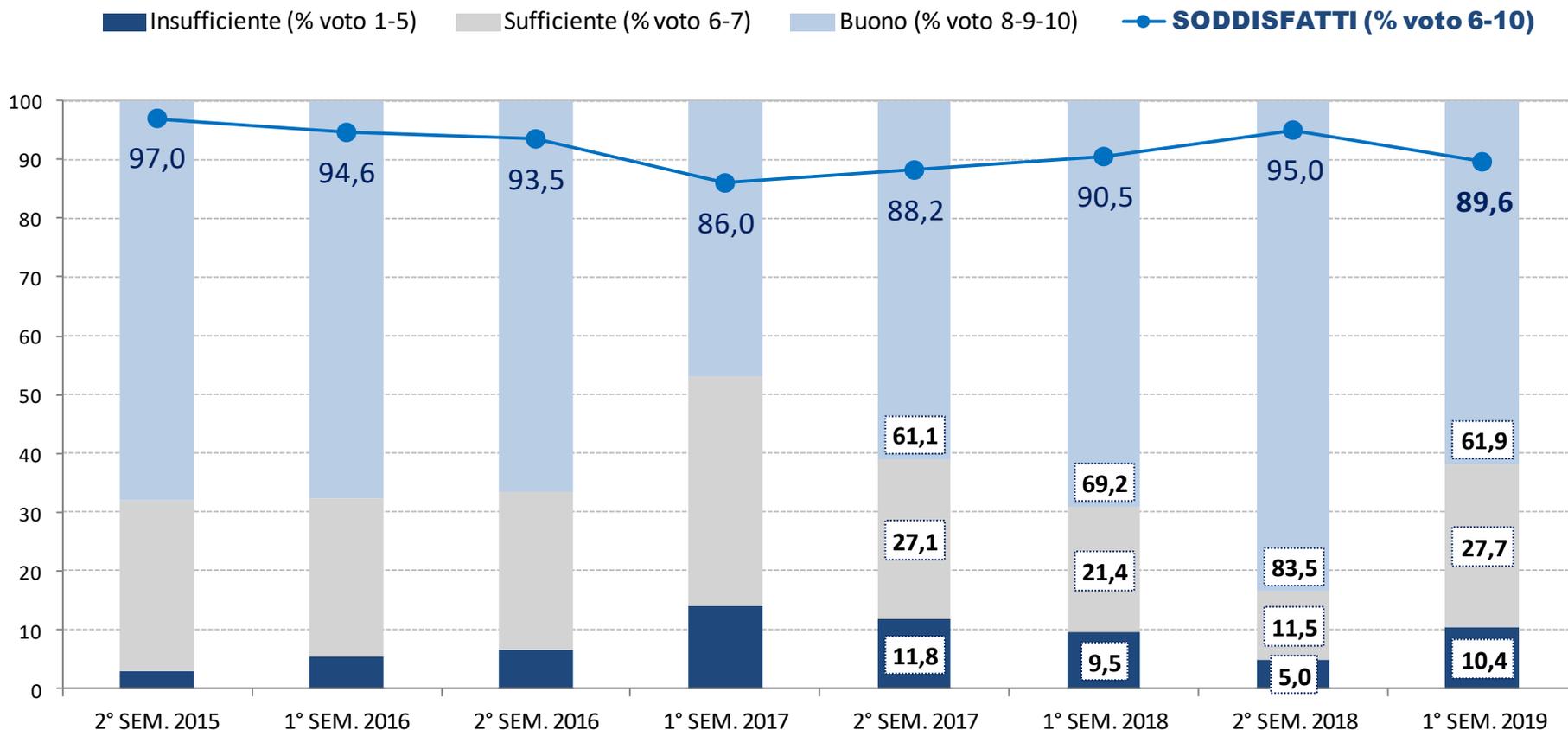
Punti di forza e priorità di intervento



“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. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

ORARI DI APERTURA
DELLO SPORTELLO



7,8

11,9

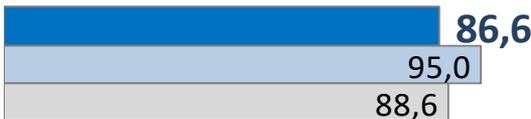
TEMPI DI ATTESA



7,5

20,3

TEMPI DI GESTIONE
DELL'OPERATORE



7,8

14,4

COMPETENZA
DELL'OPERATORE



8,0

36,1

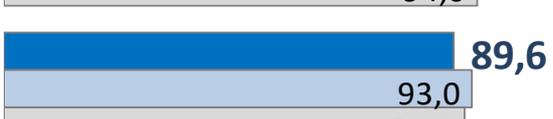
CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



8,2

32,2

CHIAREZZA DELLE
INFORMAZIONI FORNITE
DALL'OPERATORE



7,9

32,2

ACCOGLIENZA / COMFORT
DEI LOCALI

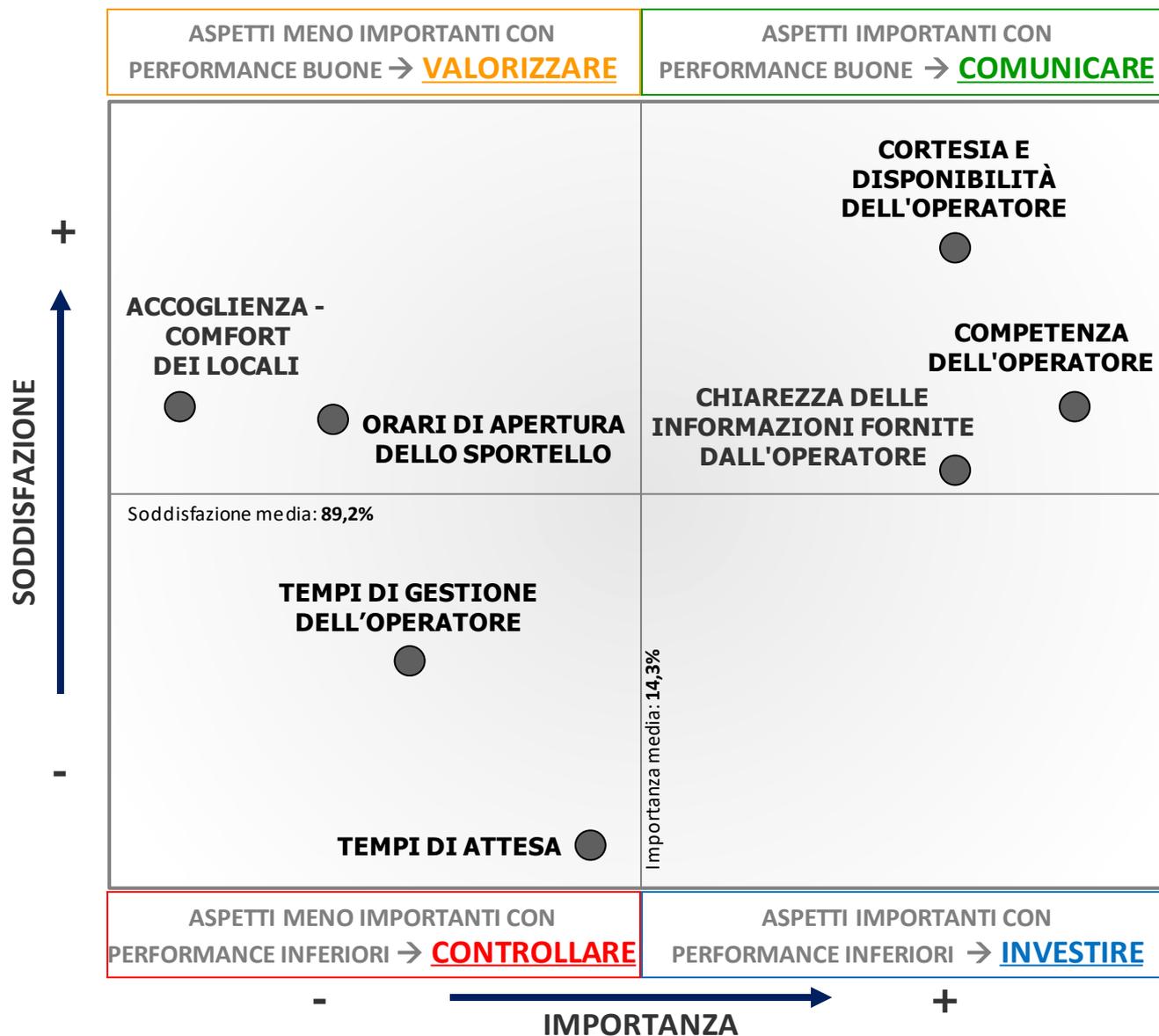


8,0

6,9

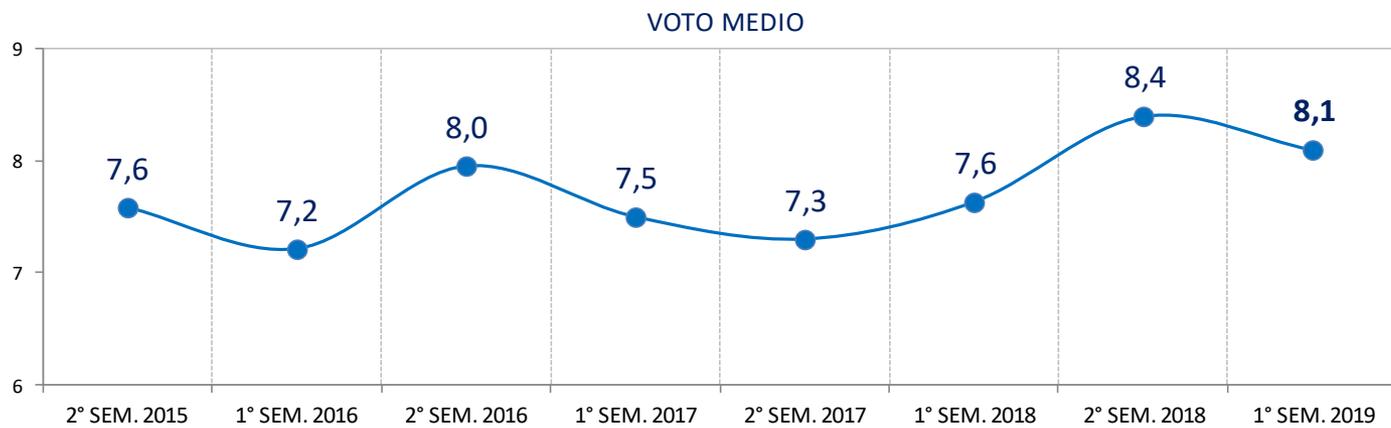
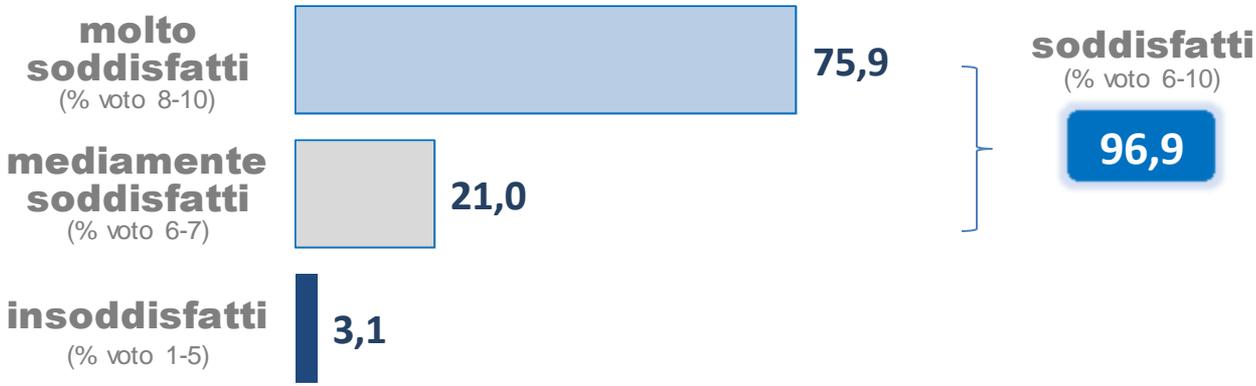


Punti di forza e priorità di intervento

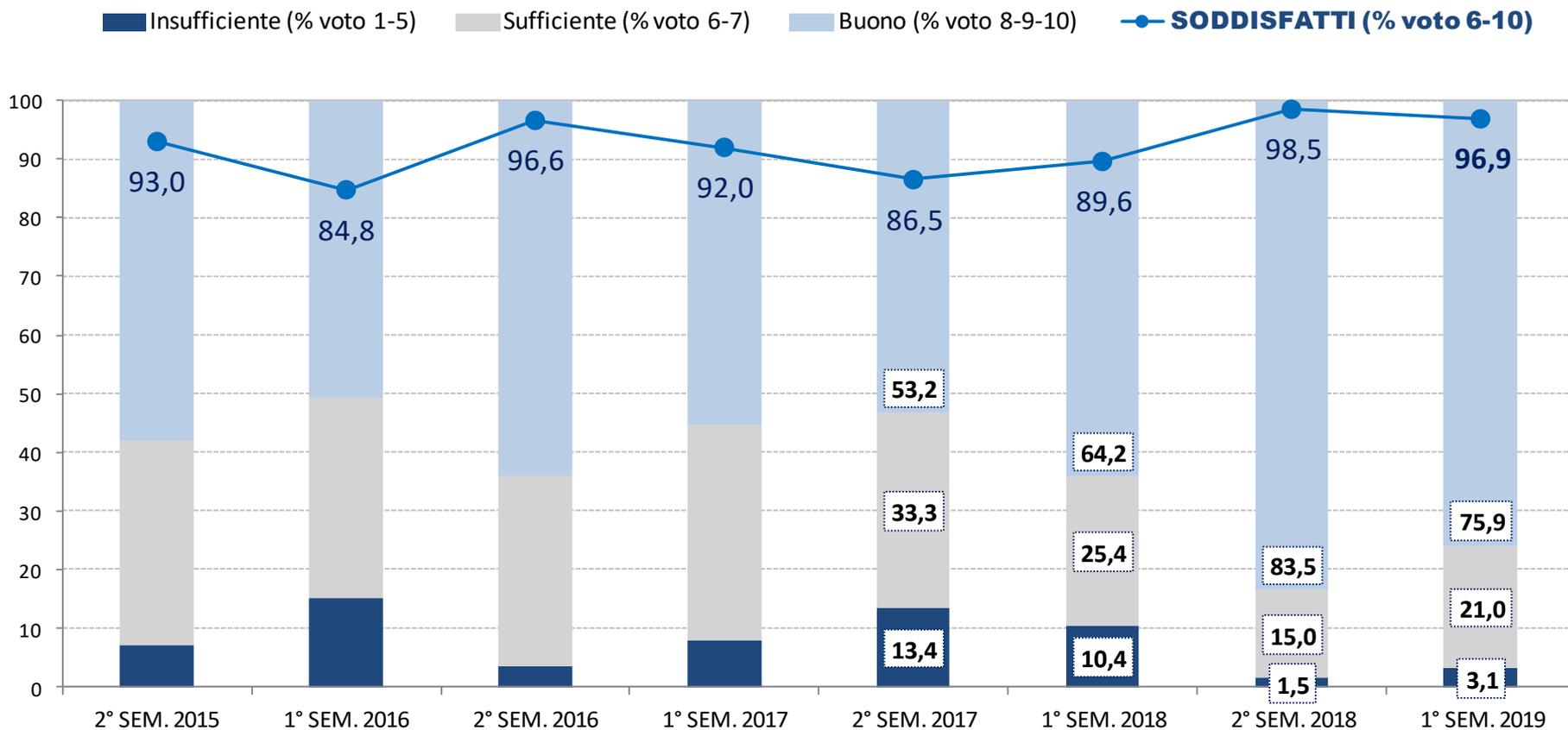


Sportello online

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



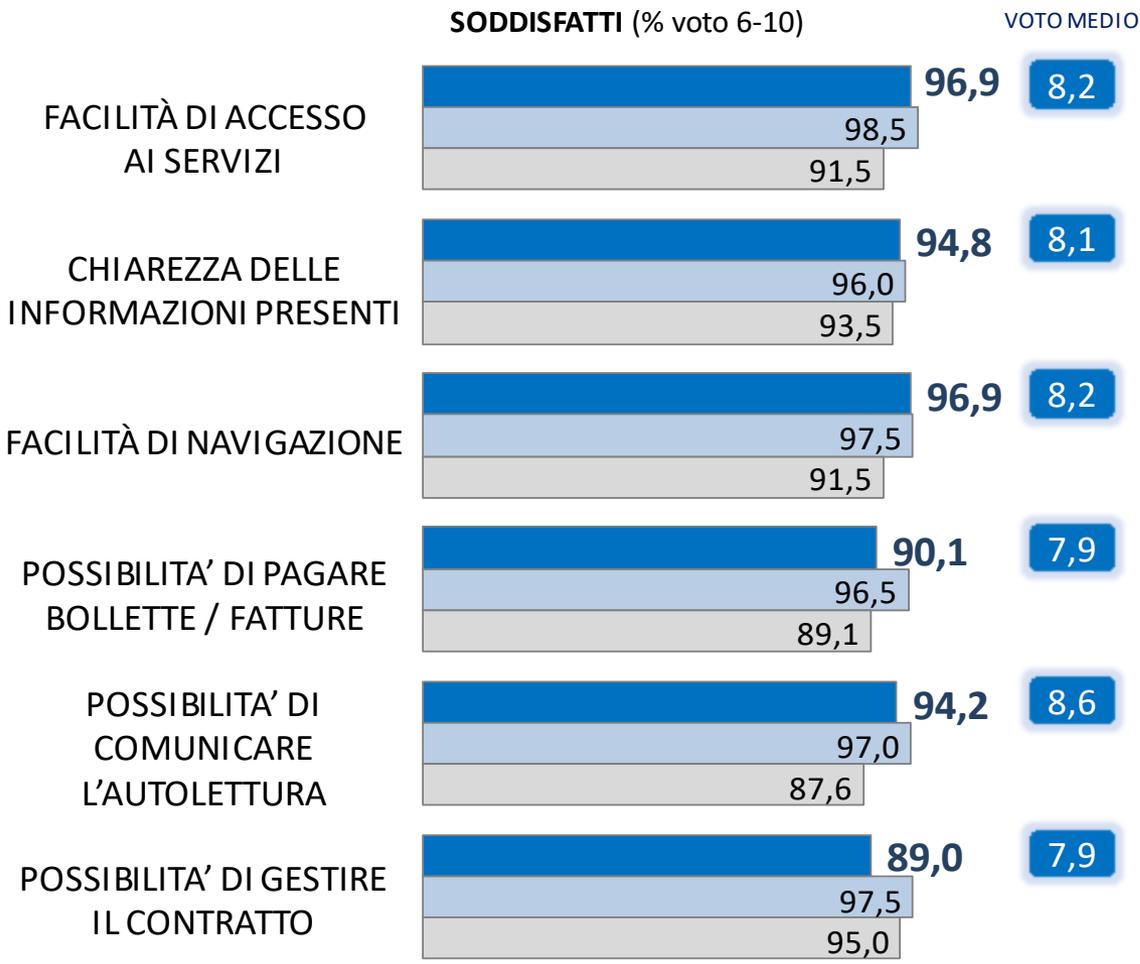
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello online - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018

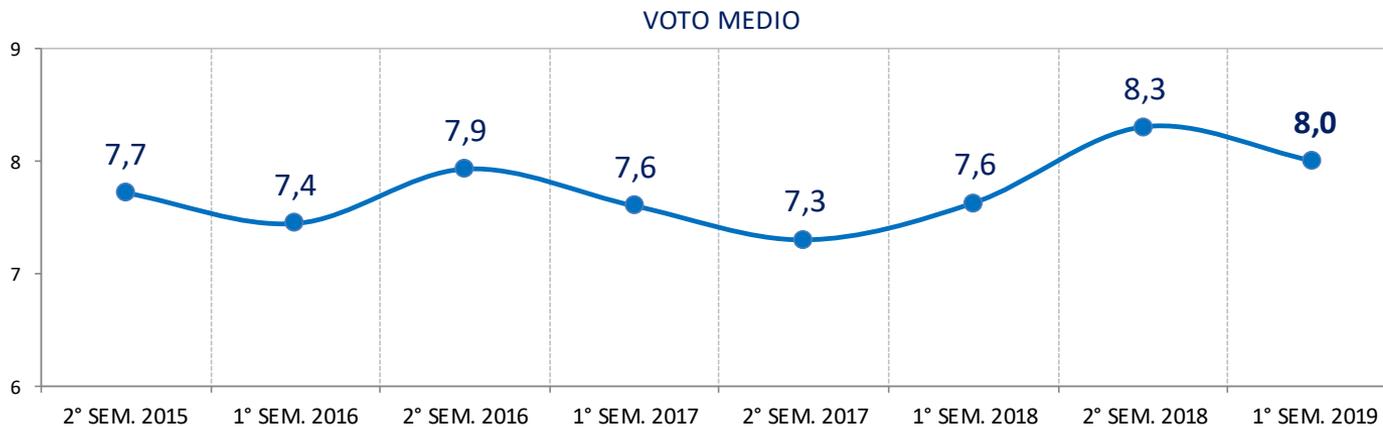
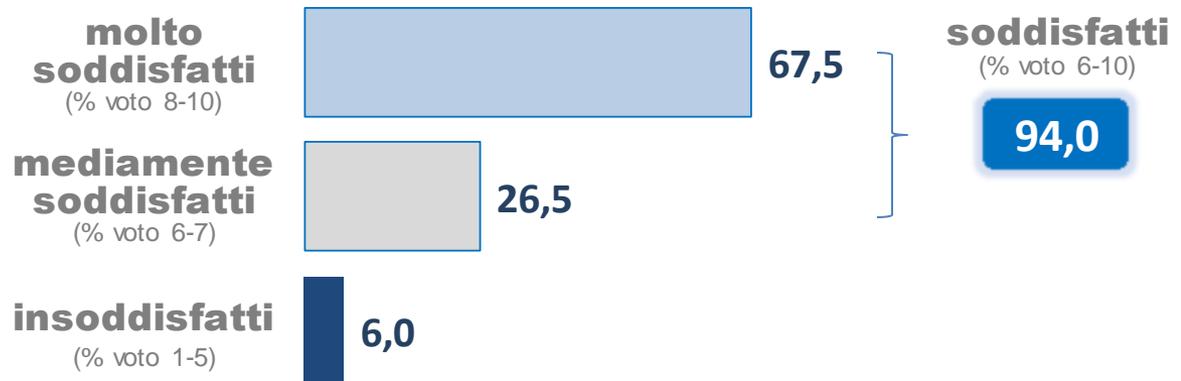


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

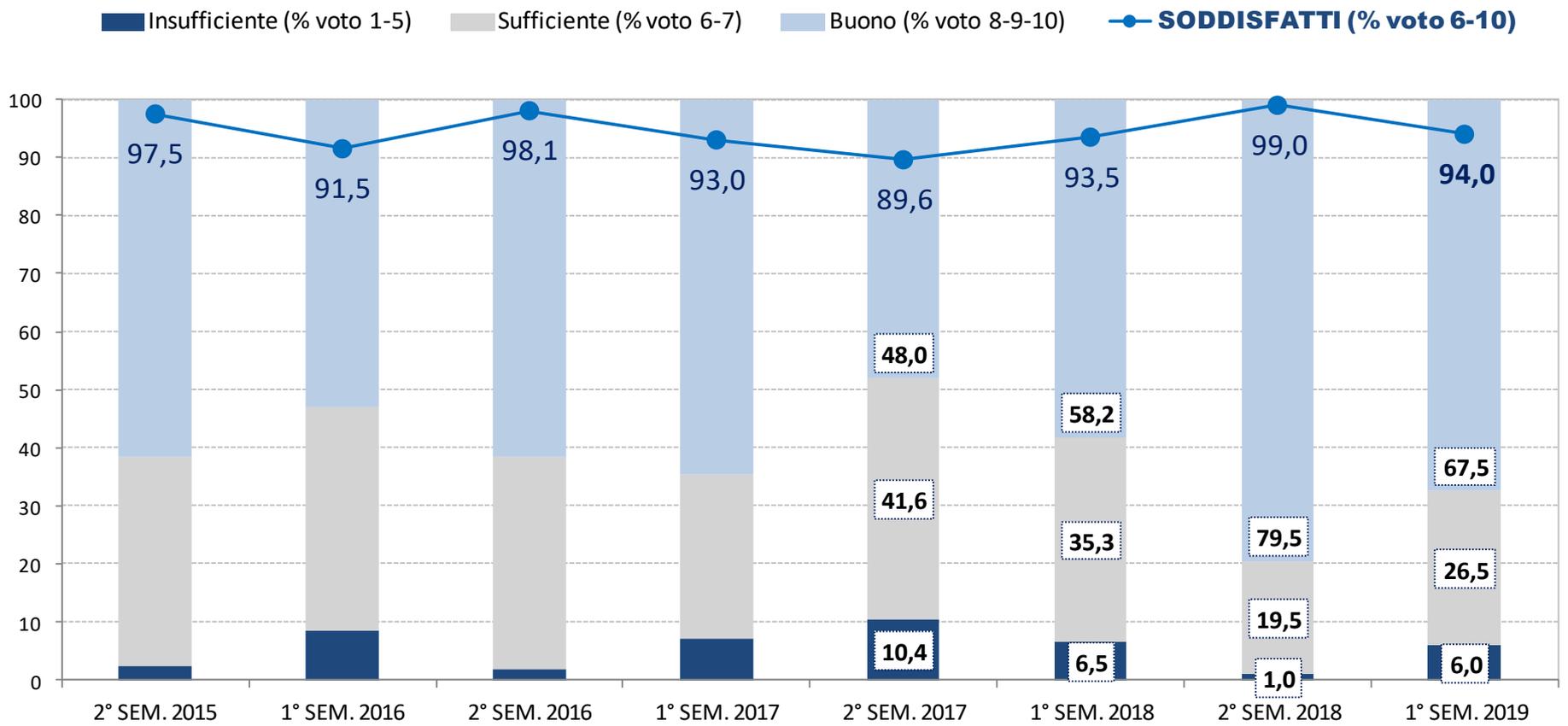


“Considerando complessivamente il sito Internet di Umbra Acque, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sito Internet

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



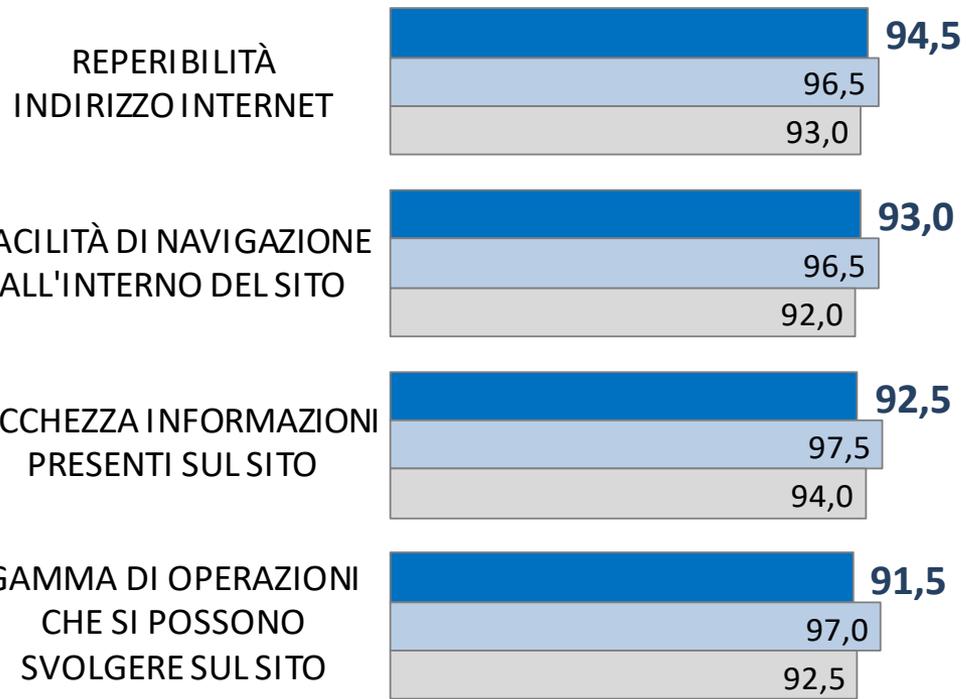
Sito Internet - indicatori di performance

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

■ 1° SEM. 2019 ■ 2° SEM. 2018 ■ 1° SEM. 2018

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO



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

IMPORTANZA (% di citazione)



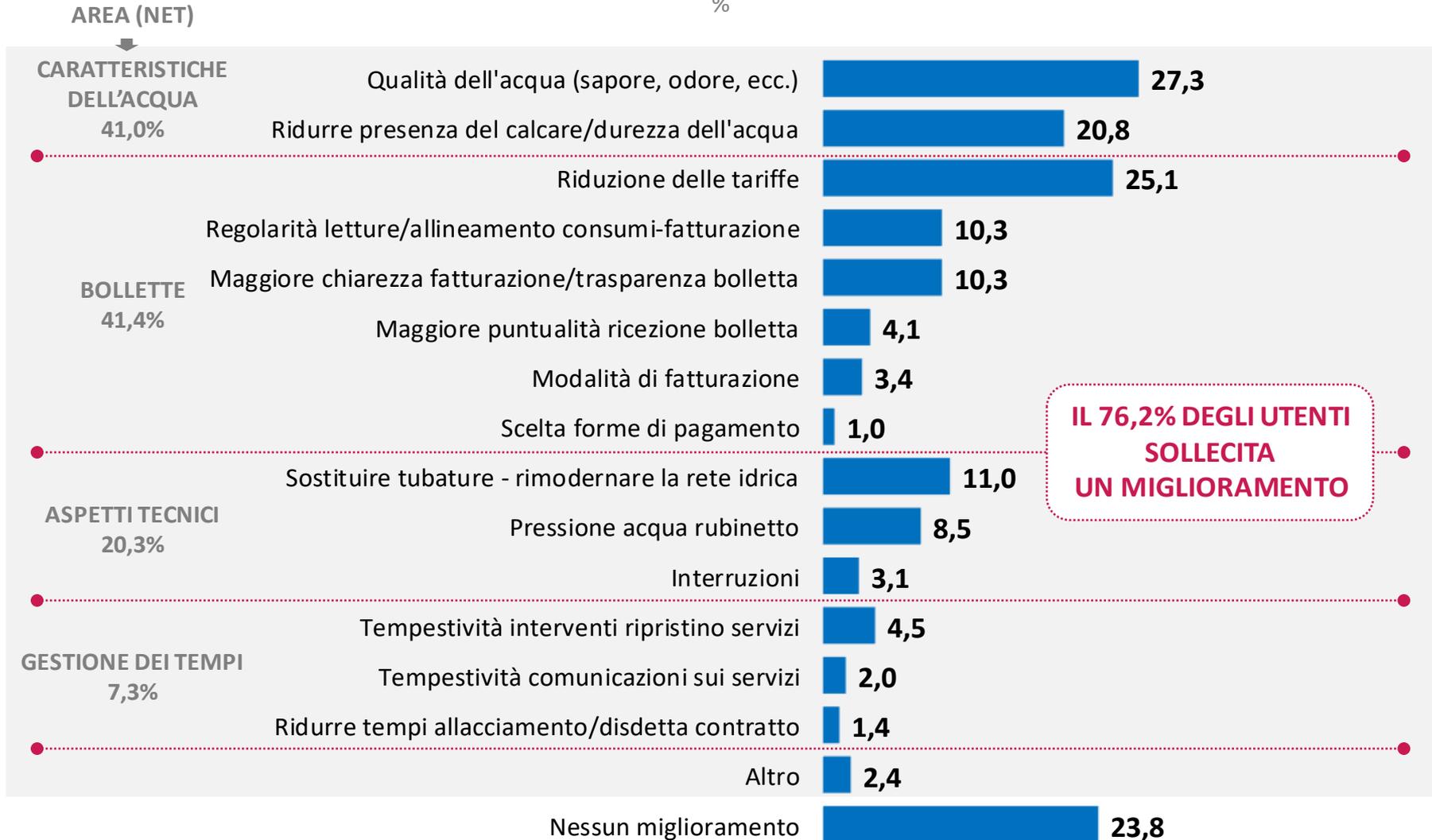
Sezione Open: altri temi

- 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)
%



Dove ha reperito il NV?

BOLLETTA



68,5%

SITO INTERNET



21,5%

Linea subito libera 55,5%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **59,5%**

chiamata successiva **37,0%**

altro canale contattato **11,5%**

*“Non riusciva ad accedere al servizio”
 “Problema irrisolto – persistenza”
 “Restava a lungo in attesa”
 “Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondere”*



Il 39,1% ha tentato di risolvere il problema tramite lo sportello

Principali motivi di chiamata

- Comunicazione di dati, autoletture e bollette pagate 22,5%
- Spiegazioni bollette, modalità pagamento, duplicati 18,0%
- Mancata ricezione della bolletta 17,0%
- Richiesta di rettifica/modifica fatturazione 12,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti



84 RISPOSTE

- del tutto 17,9%
- abbastanza 33,3%

Durata della chiamata



- tra 2' e 5' 29,5%
- tra 5' e 10' 16,5%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **84,5%**



Non risolve, perché...



*“rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”
 “deve recarsi all’ufficio competente”*



Tempi di attesa

prima di parlare con l'operatore

- meno di 15' 54,0%
- tra 15' e 40' 30,2%
- oltre 40' 11,4%

Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto/attivazione 20,3%
- Spiegazioni bollette, modalità pagamento, duplicati 15,8%
- Modifica dati anagrafici 11,9%
- Mancata ricezione delle bollette 7,4%

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 15,3%
- tra 5' e 15' 58,4%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **79,2%**

visita successiva **19,8%**

altro canale contattato **13,9%**

“Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondere”
“Presentare documentazione mancante”
“Problema irrisolto – persistenza”



Il 85,7% ha tentato di risolvere il problema contattando il Numero Verde

Informazioni coerenti nei diversi contatti

 **59 RISPOSTE**

- del tutto 25,4%
- abbastanza 32,2%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **91,6%**



Non risolve, perché...



“non hanno saputo dare una risposta esaustiva”
“hanno risposto che la mia richiesta non può avere seguito”
“devo andare di persona all'ufficio competente”

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



33,0%

SITO INTERNET



53,9%

Tramite lo sportello online



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **86,4%**



Alcune funzionalità sono carenti **9,4%**



“Le risposte alle mie richieste / reclami arrivano in ritardo”

“Per concludere la pratica ho dovuto contattare il nv”

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 50,8%

Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 47,0%
- Gestione del contratto 27,0%
- Pagamento della bolletta / fattura 27,0%
- Informazioni contrattuali 12,0%
- Visualizzazione estratto conto 7,0%

33,0% ha utilizzato altri canali, quali...



Informazioni coerenti nei diversi contatti



- del tutto 38,1%
- abbastanza 42,9%

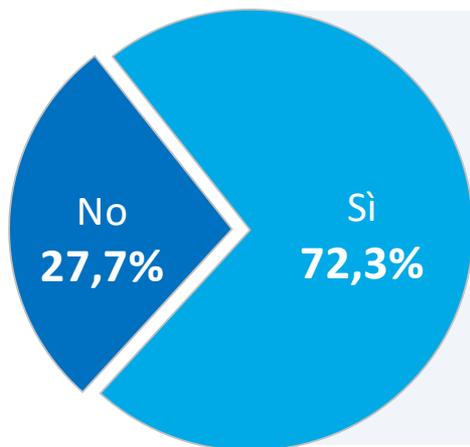
! 63 RISPOSTE

68,3%

22,2%

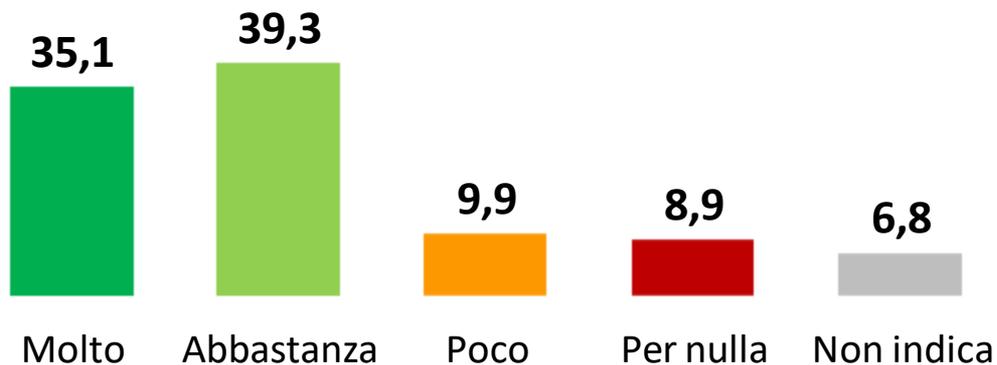


“Lei sa che esiste l’applicazione MyUmbraAcque scaricabile gratuitamente sullo smartphone/tablet dove è possibile effettuare le stesse operazioni dello sportello online?”



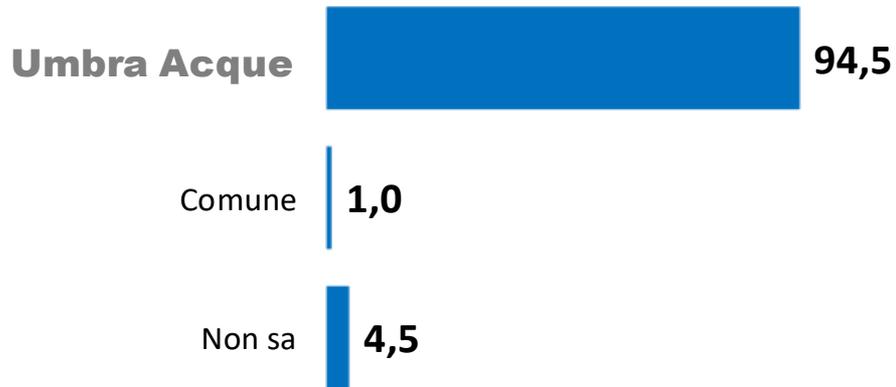
Al **55,8%** è capitato di utilizzare l’App MyUmbraAcque dal proprio smartphone/tablet

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

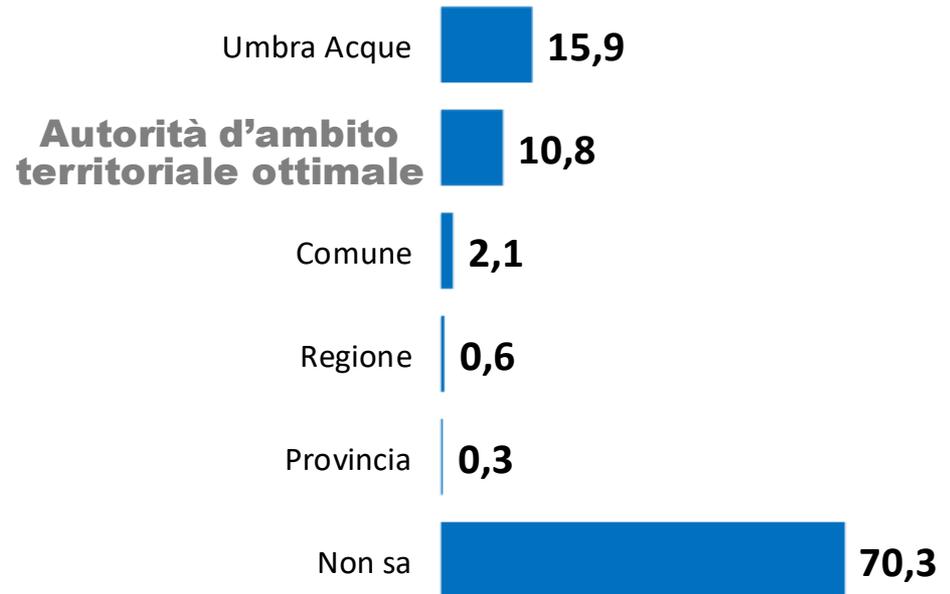


Conoscenza protagonisti servizio idrico

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



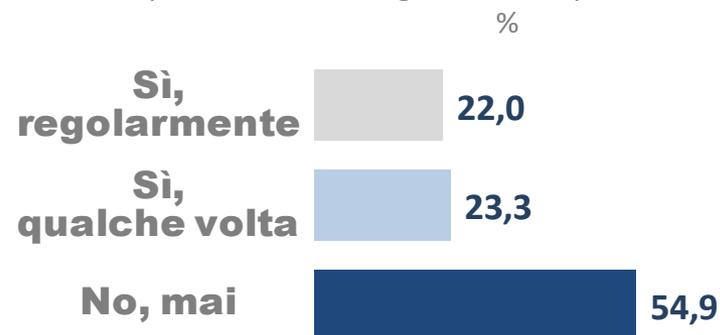
“Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?” (risposta spontanea)
%



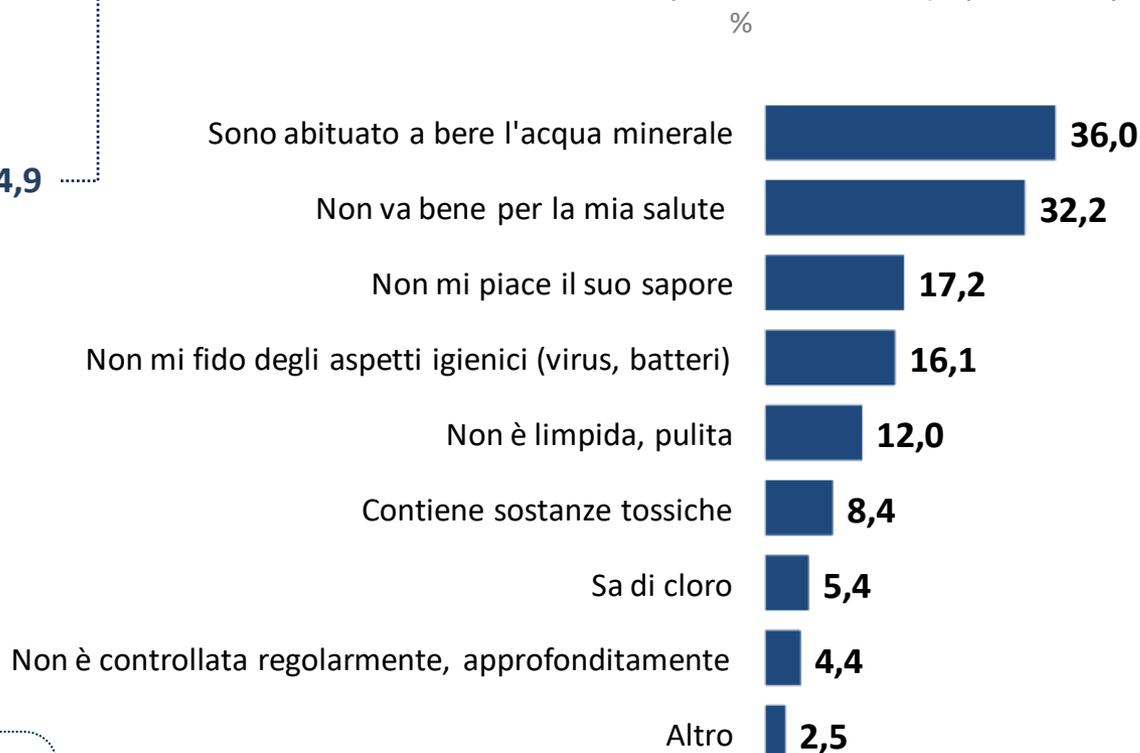
Utilizzo dell'acqua potabile



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



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



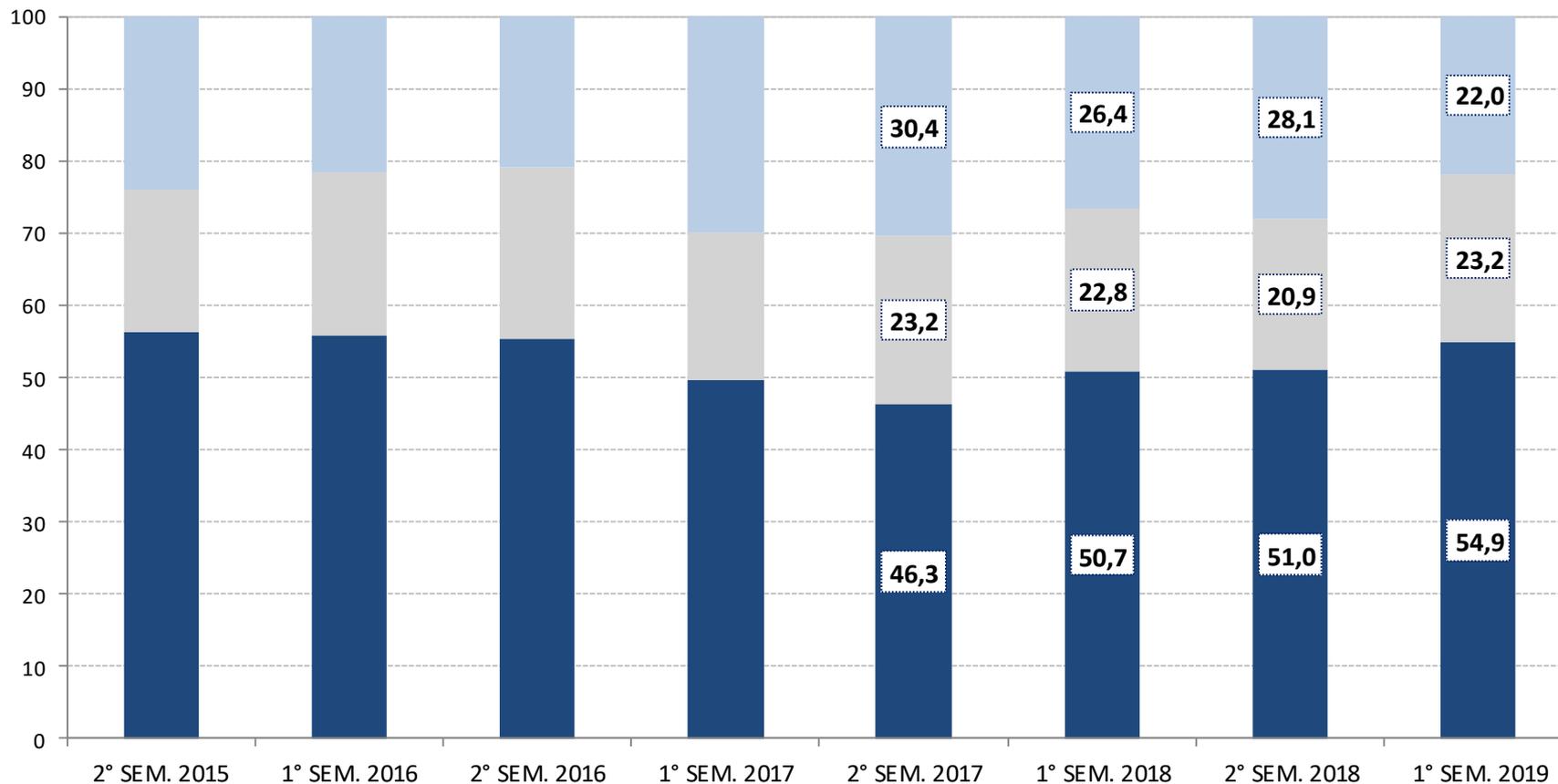
Tra gli utenti NON domestici il **26,3%** ha un consumo di acqua direttamente connesso all'attività produttiva

Utilizzo dell'acqua potabile



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

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



Base = UTENZE DOMESTICHE

Indagine CAWI

Campione di utenti UMBRA ACQUE SpA intervistati tramite questionario telematico

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		CAWI		CATI
		1° SEM. 2019 (base 90)	2° SEM. 2018 (base 170)	(base 710)
Sesso	UOMO	58,9%	72,4%	51,1%
	DONNA	41,1%	27,6%	48,9%
Età	18-44 ANNI	44,8%	32,4%	30,8%
	45-54 ANNI	27,6%	31,2%	21,3%
	55 + ANNI	27,6%	36,5%	47,9%
Livello di istruzione	SUPERIORE	95,3%	92,9%	85,2%
	INFERIORE	4,7%	7,1%	14,8%



SODDISFAZIONE		CAWI		CATI
		1° SEM. 2019 (base 90)	2° SEM. 2018 (base 170)	
Aspetti tecnici	% voto 6-10	69,7%	80,7%	91,9%
	<i>Continuità del servizio</i>	77,5%	91,0%	93,1%
	<i>Livello di pressione</i>	62,9%	77,1%	86,1%
Fatturazione	% voto 6-10	62,2%	68,2%	83,3%
	<i>Regolarità lettura contatori</i>	62,2%	58,8%	81,4%
	<i>Chiarezza e facilità lettura</i>	60,0%	65,3%	82,3%
	<i>Correttezza degli importi riportati nelle bollette</i>	61,1%	67,6%	80,1%
	<i>Invio regolare fatture</i>	75,6%	81,2%	87,2%
Rapporto Qualità/Prezzo	% voto 6-10	64,4%	62,9%	77,6%
Giudizio "di pancia"	% voto 6-10	62,9%	74,7%	86,7%



RESEARCH HUB S.R.L.

Sede Legale e Amministrativa Via Dei Galla e Sidama, 23 - 00199 Roma

Tel. (+39) 06 89924900

Fax (+39) 06 89924950

CSA S.R.L.

Sede Legale e Amministrativa Via Atto Vannucci, 7 - 50134 Firenze

Tel. (+39) 055 470374

Fax (+39) 055 4631469

Società del Gruppo

