

Indagine di Customer Satisfaction

2° semestre 2019

report



realizzata da



Direzione Relazioni
Esterne e Comunicazione



	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>	44
(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	45
💧 Qualità dell'acqua	14	💧 Numero Verde Commerciale	46
💧 Aspetti tecnici del servizio	16	💧 Sportello	47
💧 Fatturazione	19	💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	48
💧 Rapporto qualità prezzo	22	💧 Sportello online	49
💧 Segnalazione guasti	24	💧 App MyUmbraAcque	50
💧 Intervento tecnico	27	💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	51
💧 Numero Verde Commerciale	30	💧 Utilizzo dell'acqua potabile	52
💧 Sportello	34		
💧 Sportello online	38		
💧 Sito Internet	41		

INDAGINE CAWI 54



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, 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, **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 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 **secondo 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 **1.797 clienti della società**: la raccolta dei dati è avvenuta dal 26 ottobre al 9 dicembre 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 (783 interviste)** e **non domestici (17 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 **198** 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 **199** 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 700 interviste CATI e 100 interviste CAWI.*
 - *I risultati dell'indagine online 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	% AREA
CENTRO	355	50,7
EST	78	11,1
NORD	98	14,0
OVEST	91	13,0
SUD	78	11,1

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	51,7	59,0	65,0	42,5	58,1	72,9
DONNA	48,3	41,0	35,0	57,5	41,9	27,1
18-34 ANNI	12,2	6,5	7,0	12,9	15,1	15,0
35-44 ANNI	22,3	12,5	18,8	21,2	15,6	29,9
45-54 ANNI	21,9	25,0	27,4	19,4	22,3	24,6
55-64 ANNI	20,8	25,0	23,7	22,4	17,9	13,4
65 + ANNI	22,7	31,0	23,1	24,1	29,1	17,1
ISTRUZIONE SUPERIORE	83,1	66,5	83,0	76,3	69,8	90,9
ISTRUZIONE INFERIORE	16,9	33,5	17,0	23,7	30,2	9,1
LAVORATORE DIPENDENTE	47,3	40,9	42,4	41,7	44,4	55,3
LAVORATORE AUTONOMO	22,7	19,7	25,1	19,4	10,0	20,5
DISOCCUPATO – IN CERCA	3,0	0,5	0,5	1,7	4,4	2,1
PENSIONATO	17,7	28,5	19,4	22,9	30,6	17,4
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	9,4	10,4	12,6	14,3	10,6	4,7

Customer Satisfaction Index (CSI)

→ CSI PARZIALI

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

→ CSI COMPLESSIVO

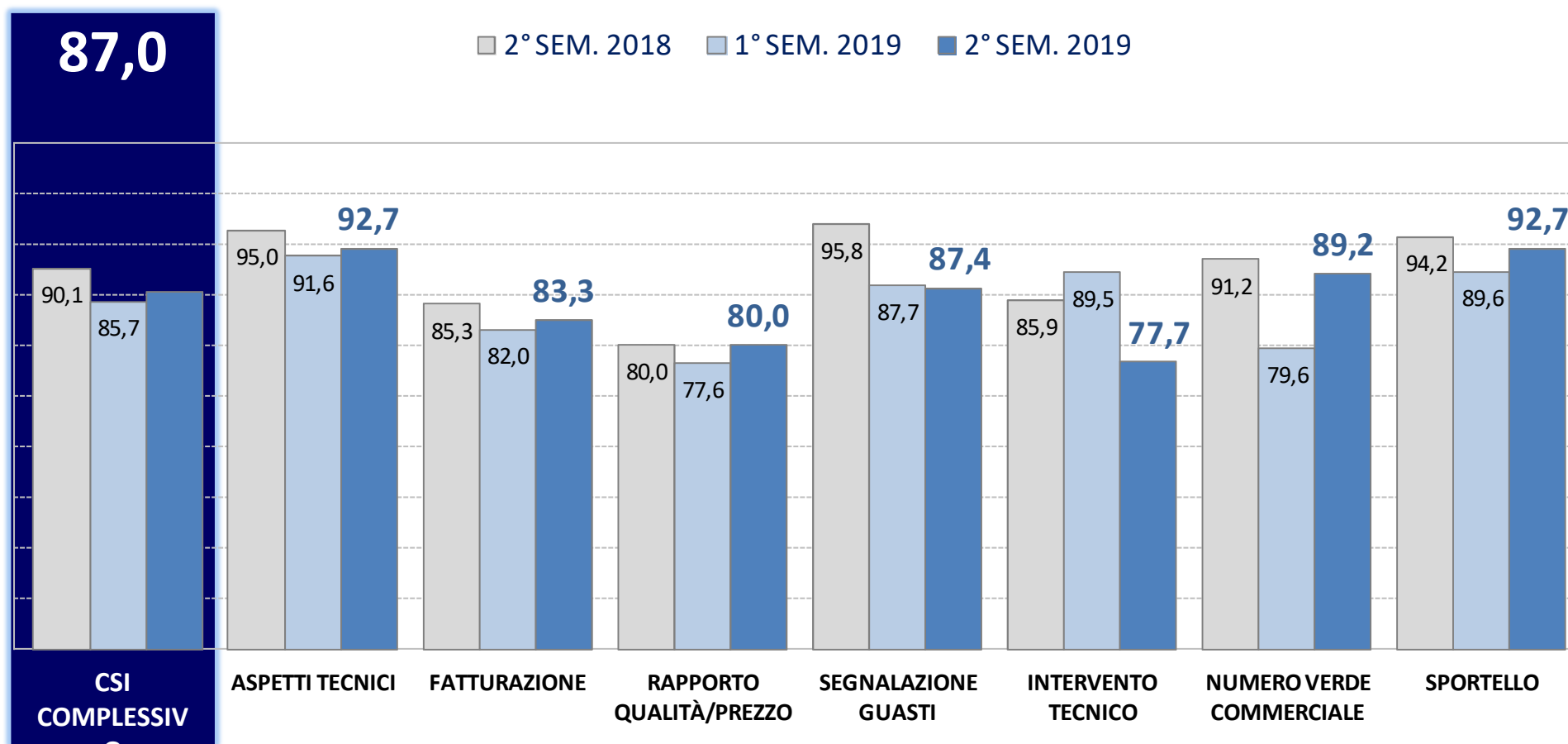
Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi, definiti da ACEA, sono gli stessi utilizzati nei precedenti monitoraggi.

In formula:

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



CSI – Customer Satisfaction Index



Sezione Customer Satisfaction

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

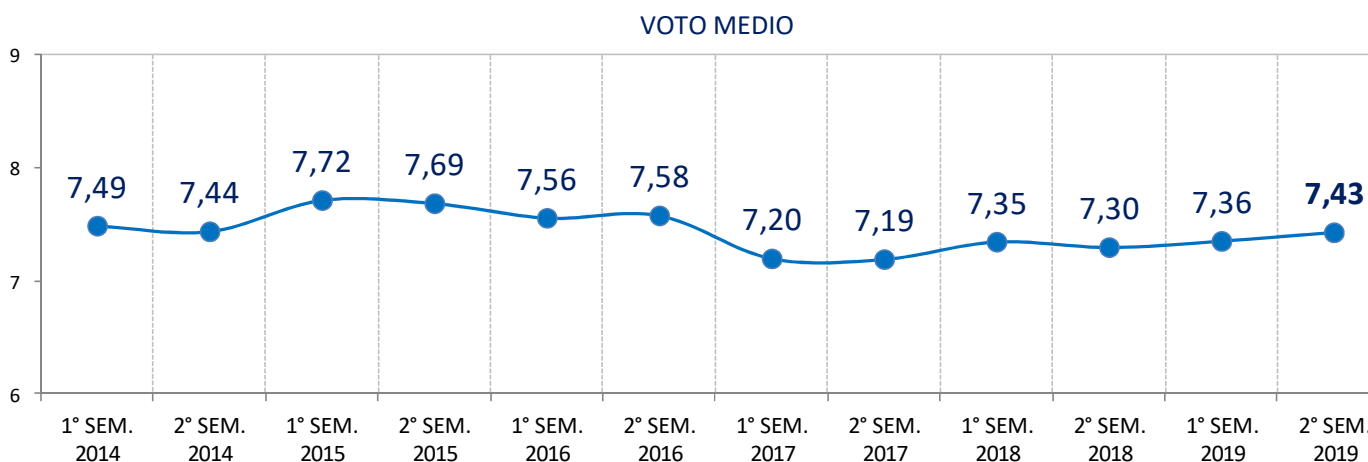
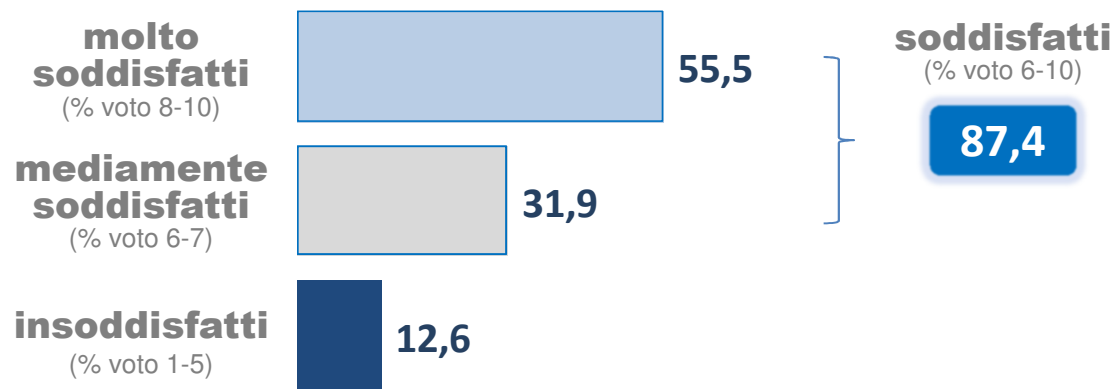
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **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**.

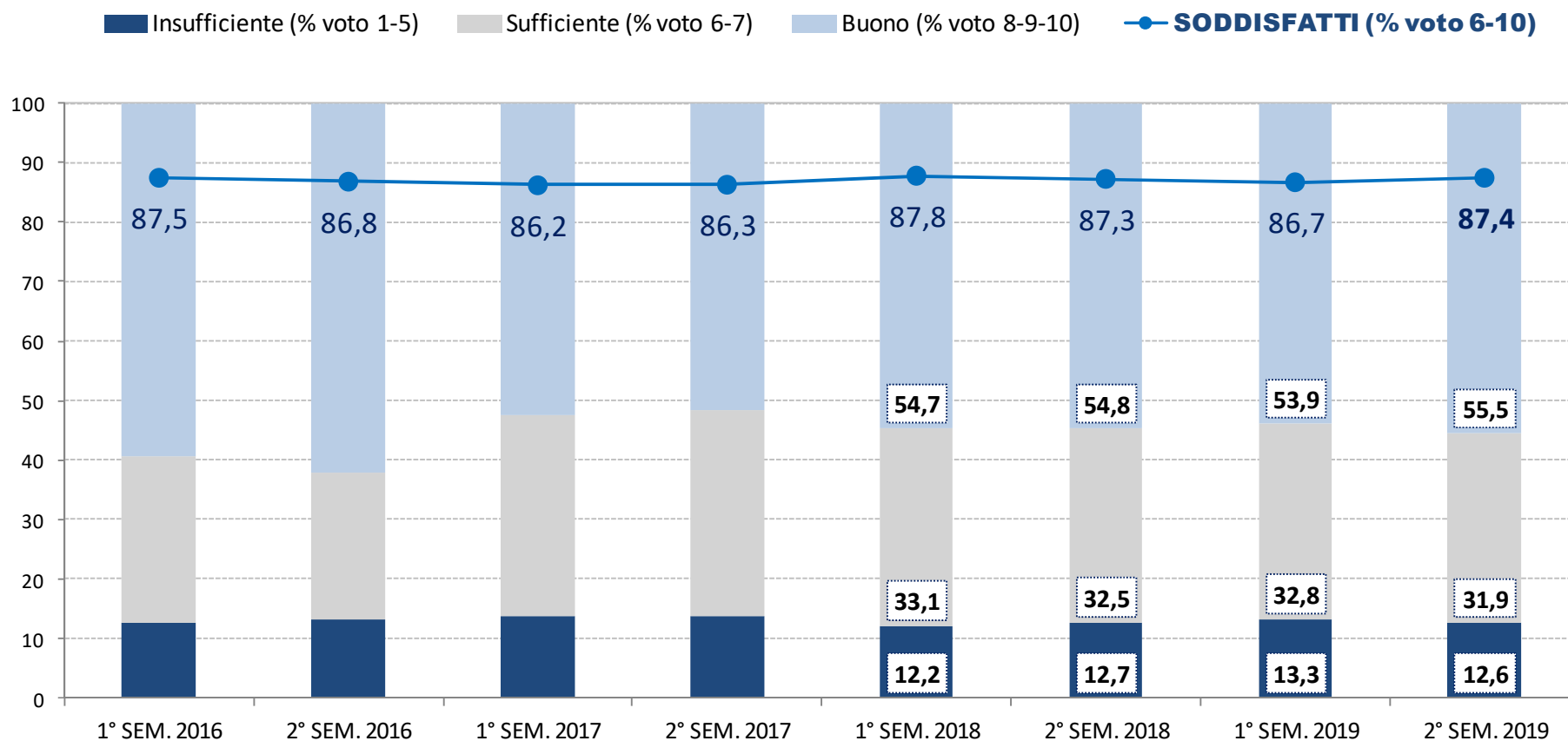
Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

“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

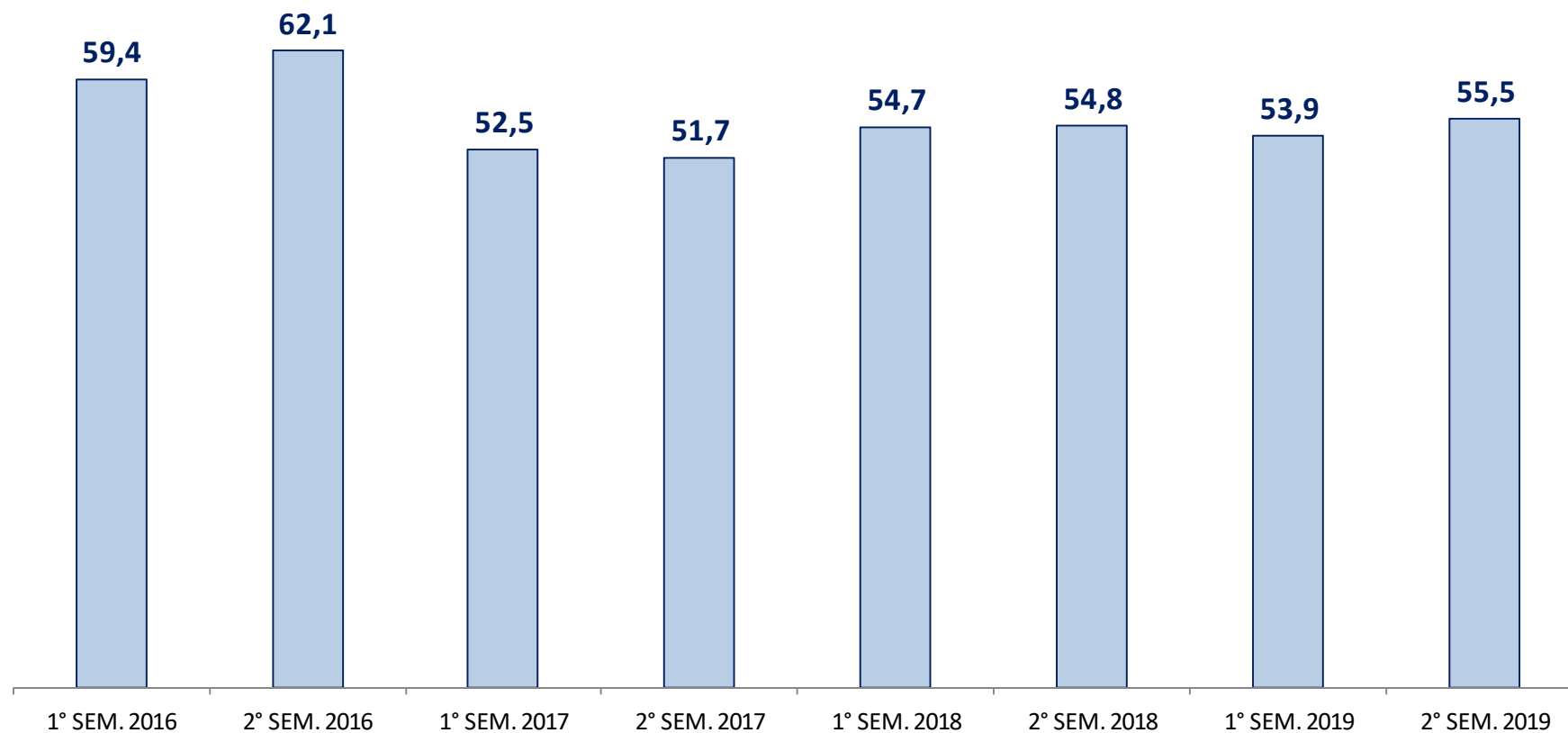
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da Umbra Acque.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

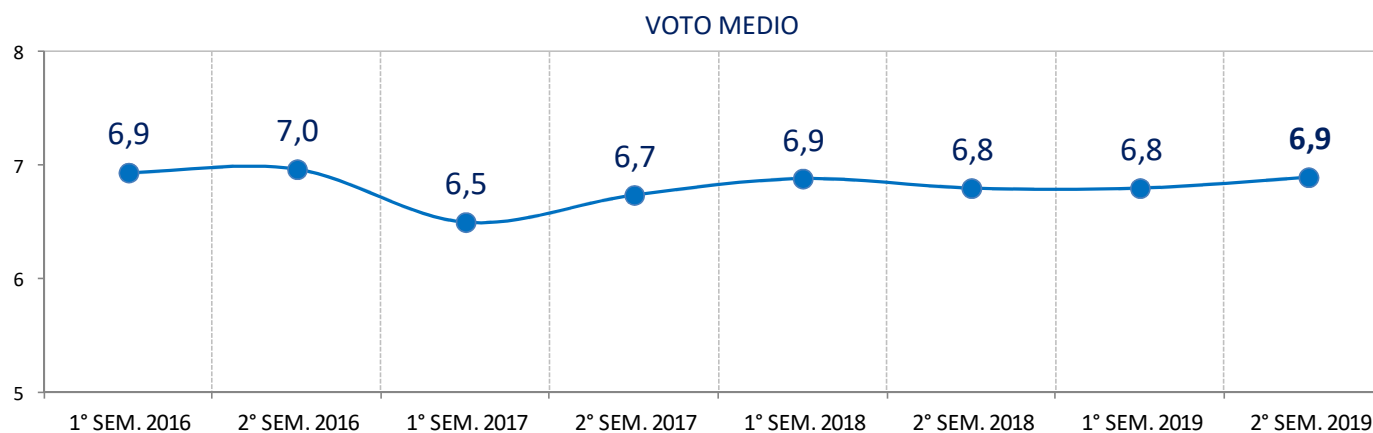
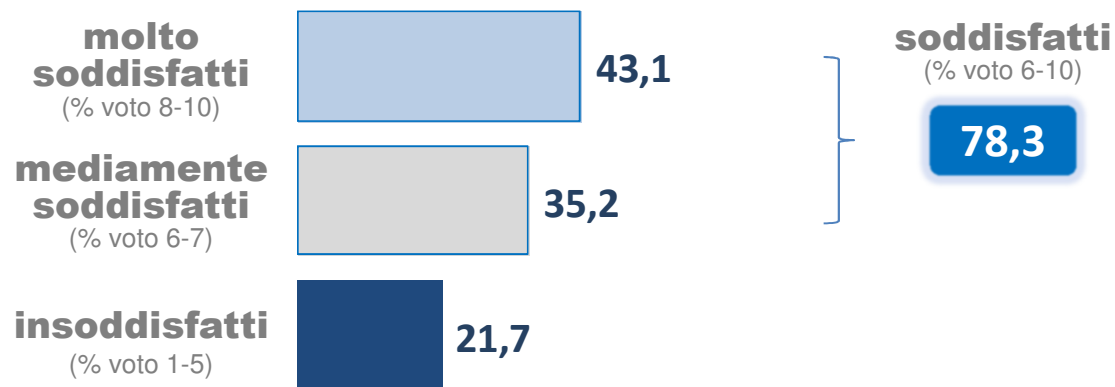
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da Umbra Acque.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

molto soddisfatti (% voto 8-10)



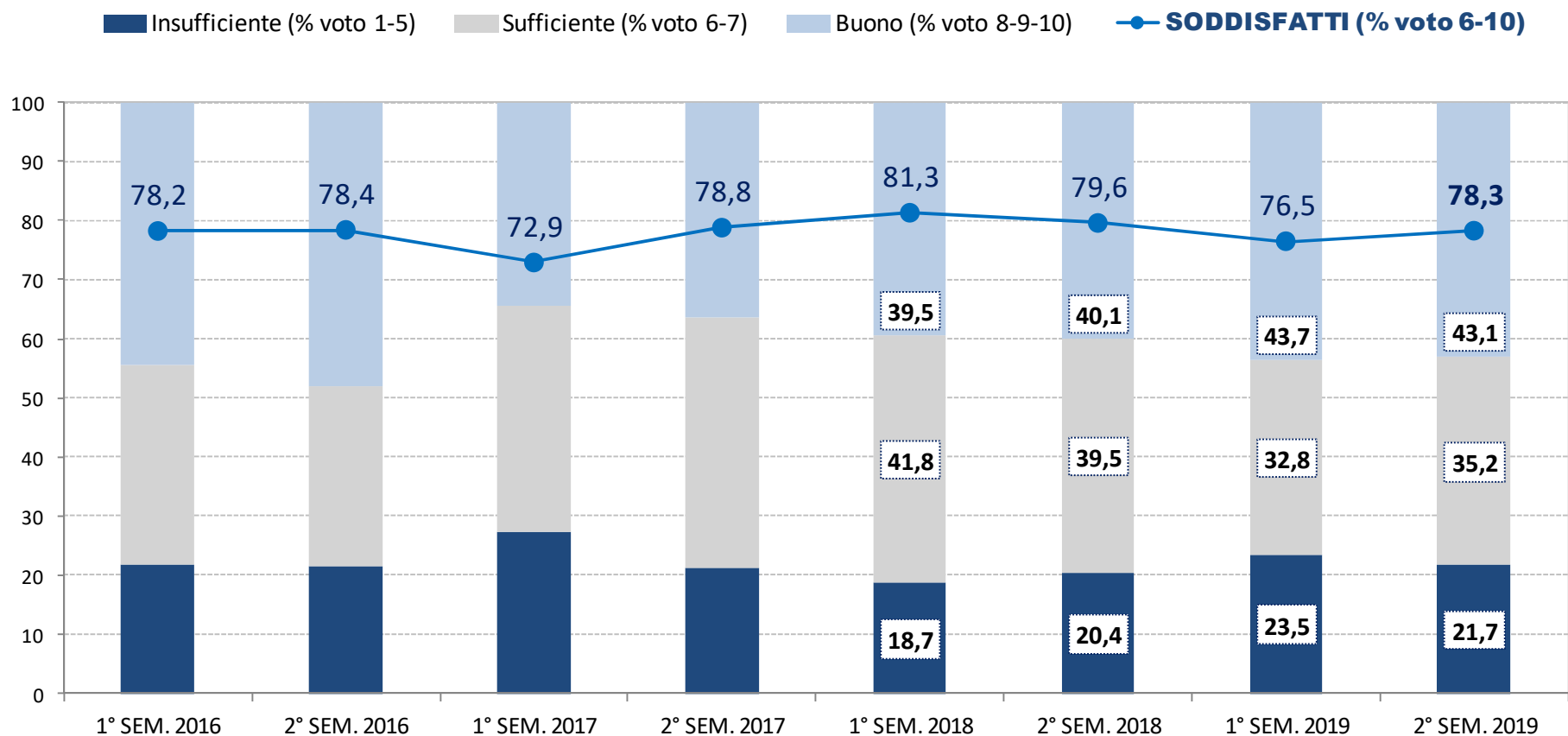
Qualità dell'acqua

“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]



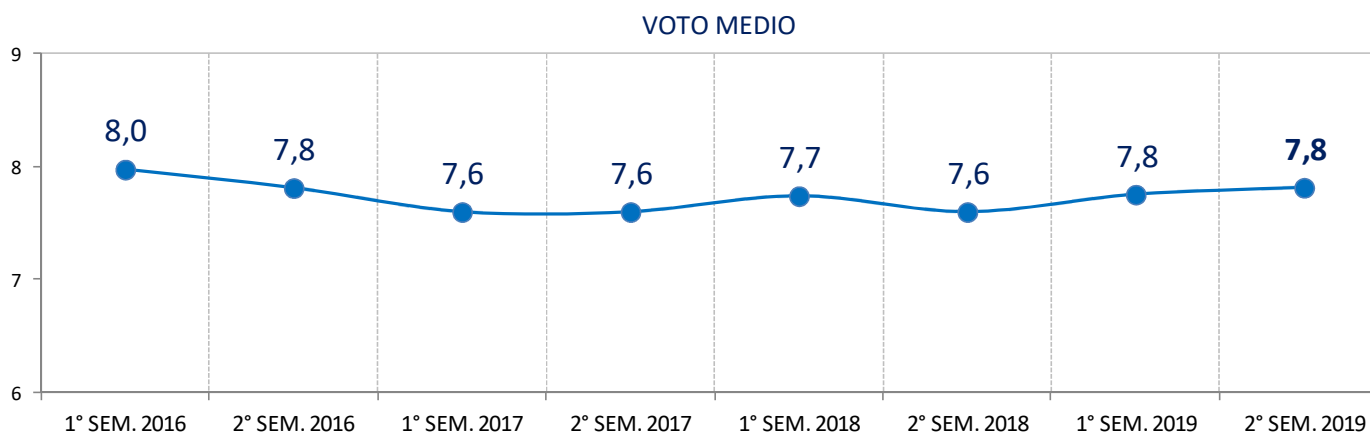
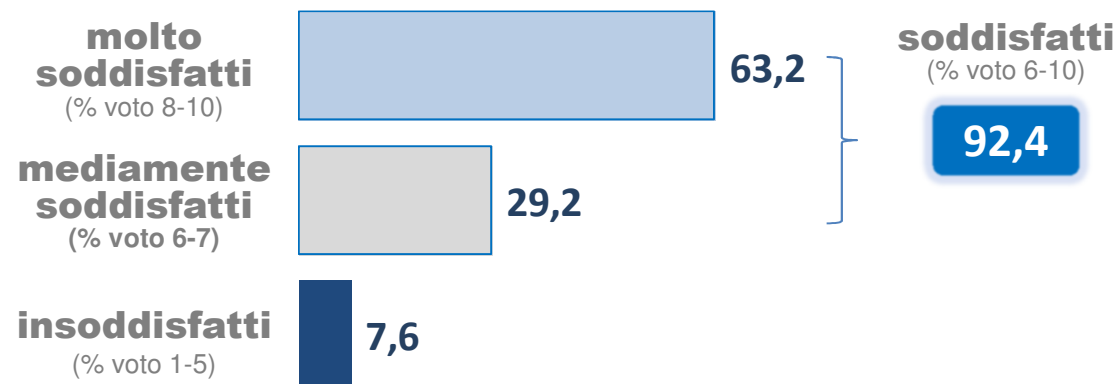
Qualità dell'acqua

“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]



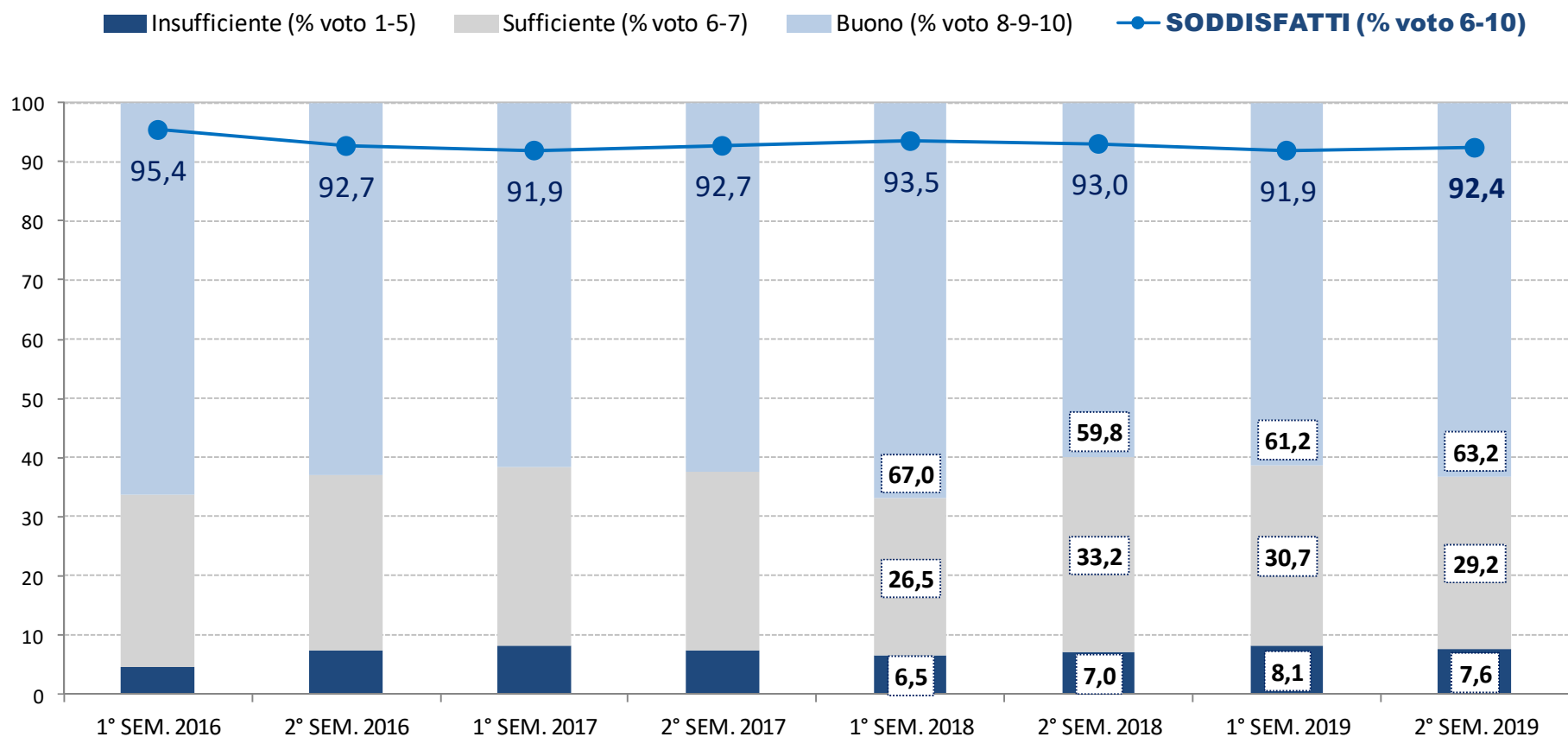
Aspetti tecnici del servizio

“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

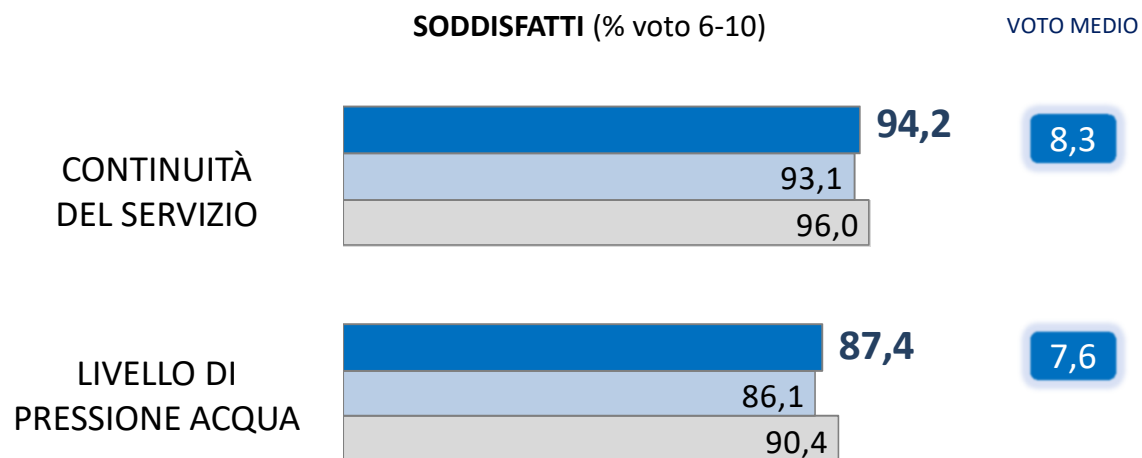
“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Aspetti tecnici - indicatori di performance

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

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

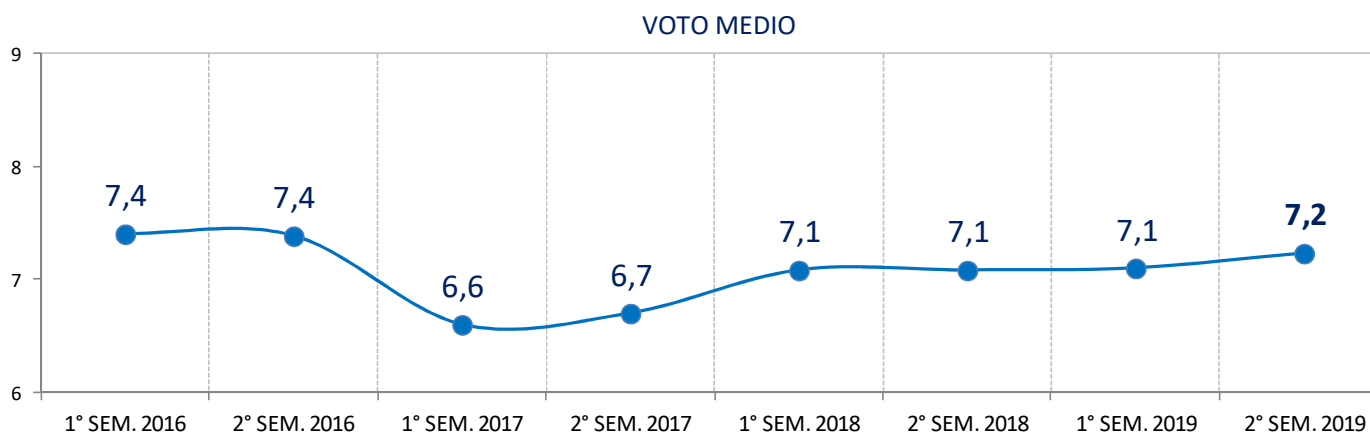
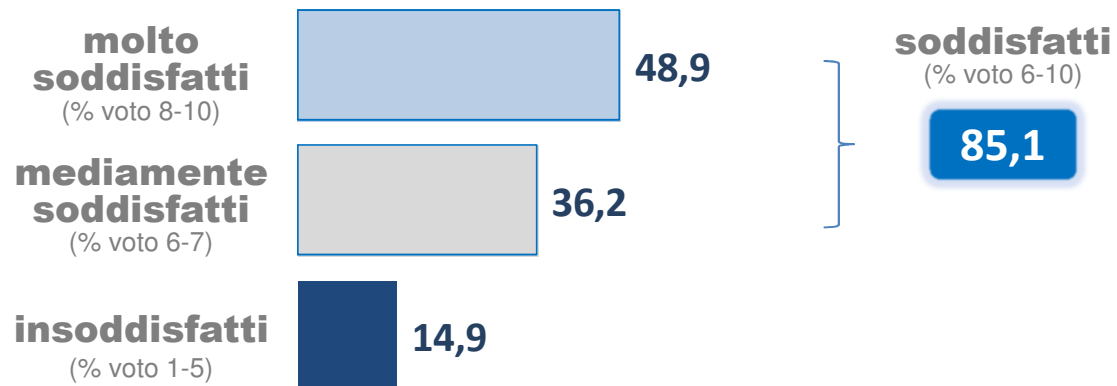


“Quale degli aspetti è il più importante?”
(risposta singola)

IMPORTANZA (% di citazione)

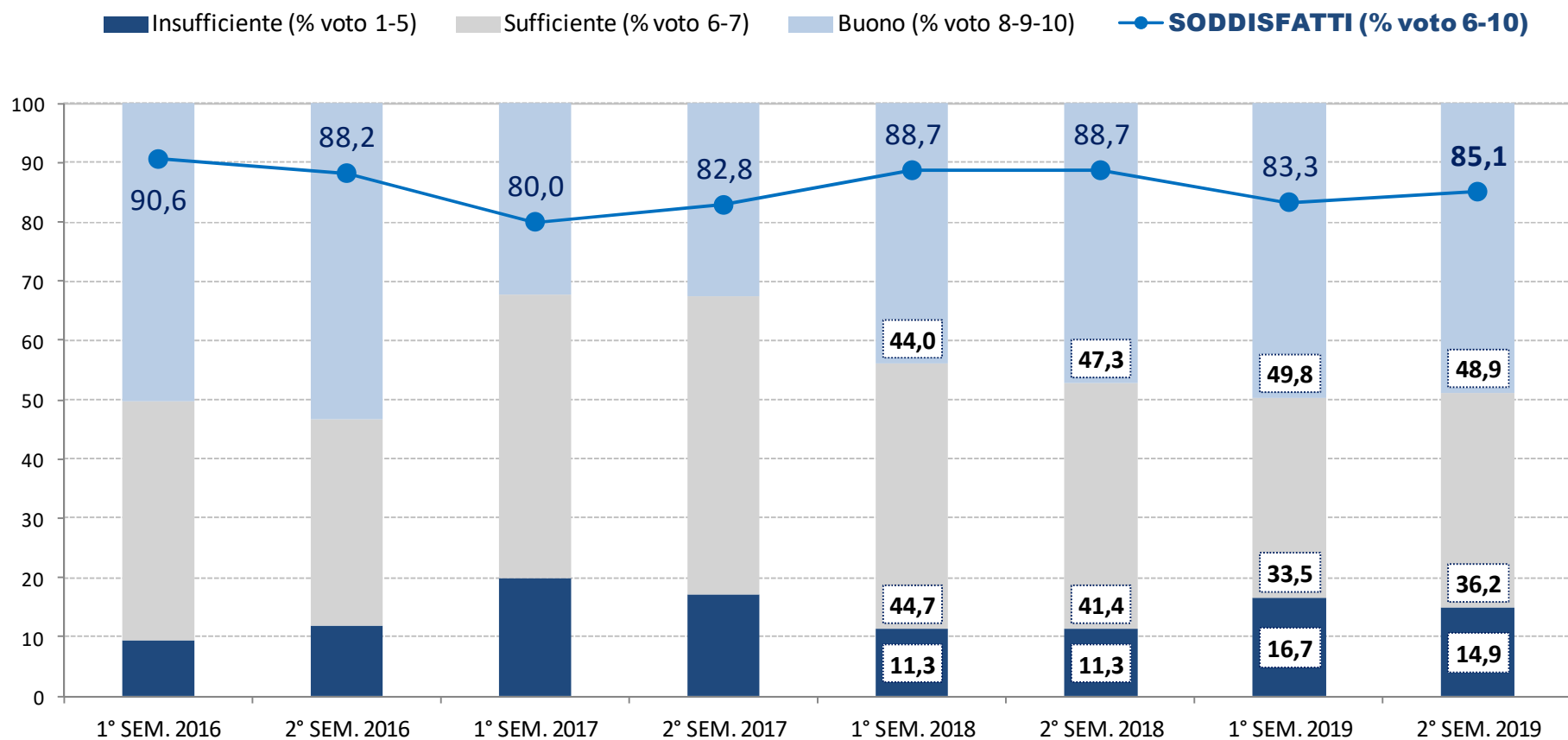


“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad Umbra Acque?”
 [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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]

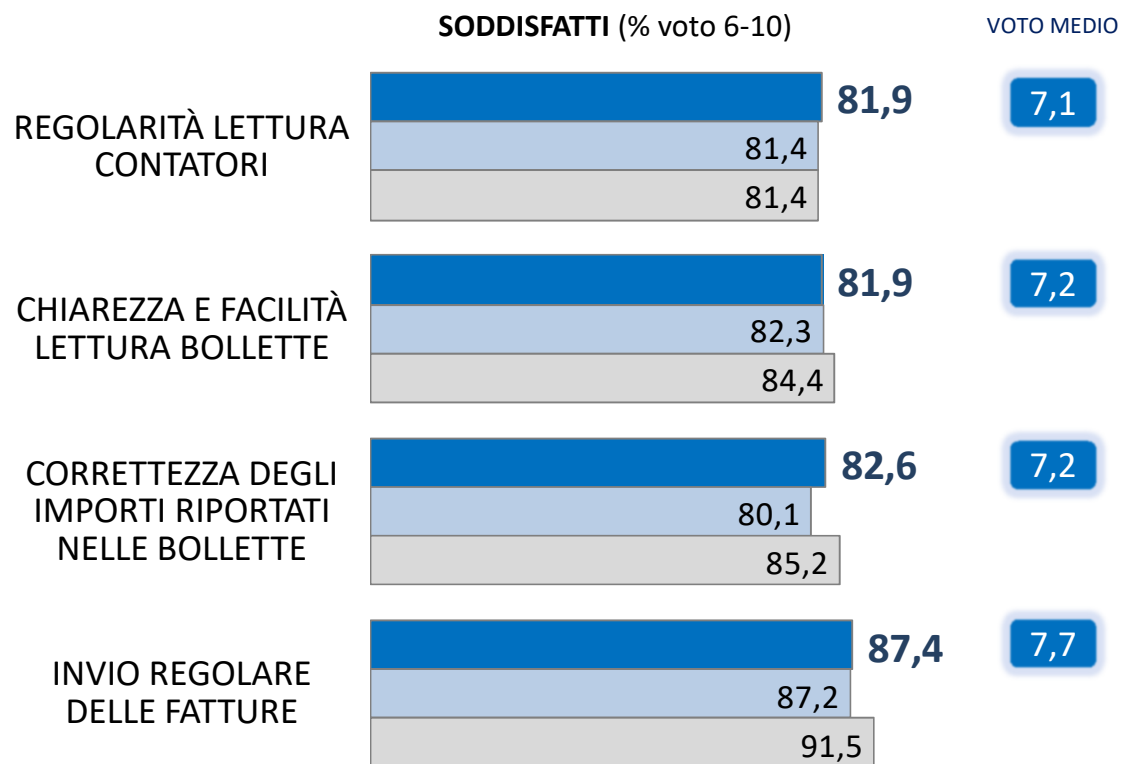


Fatturazione - indicatori di performance

“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)

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

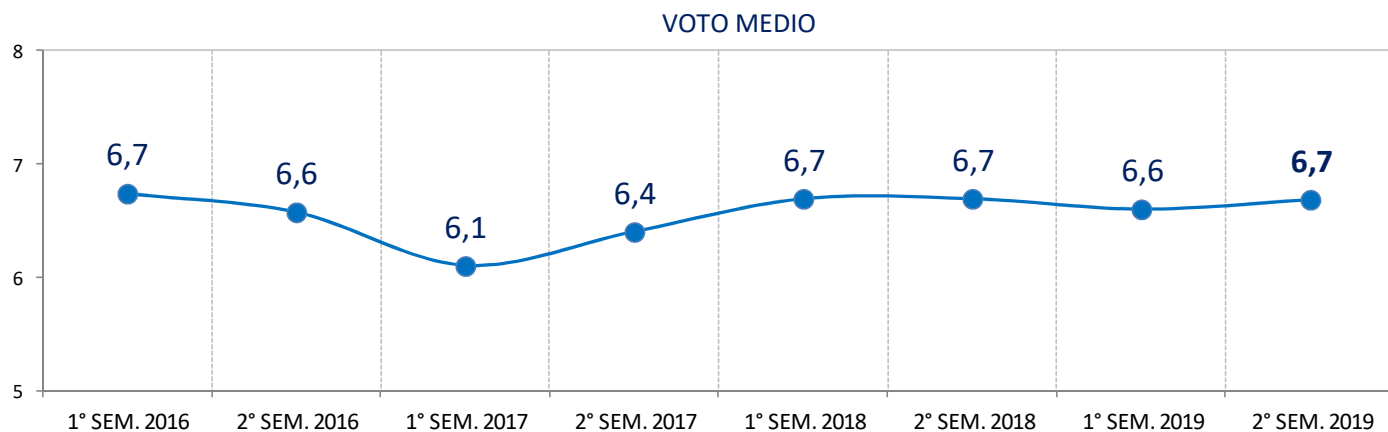
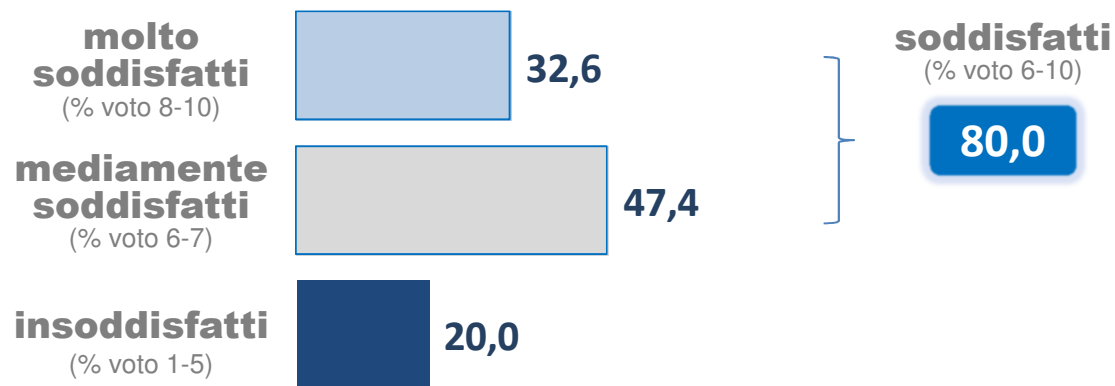


IMPORTANZA (% di citazione)



Rapporto qualità prezzo

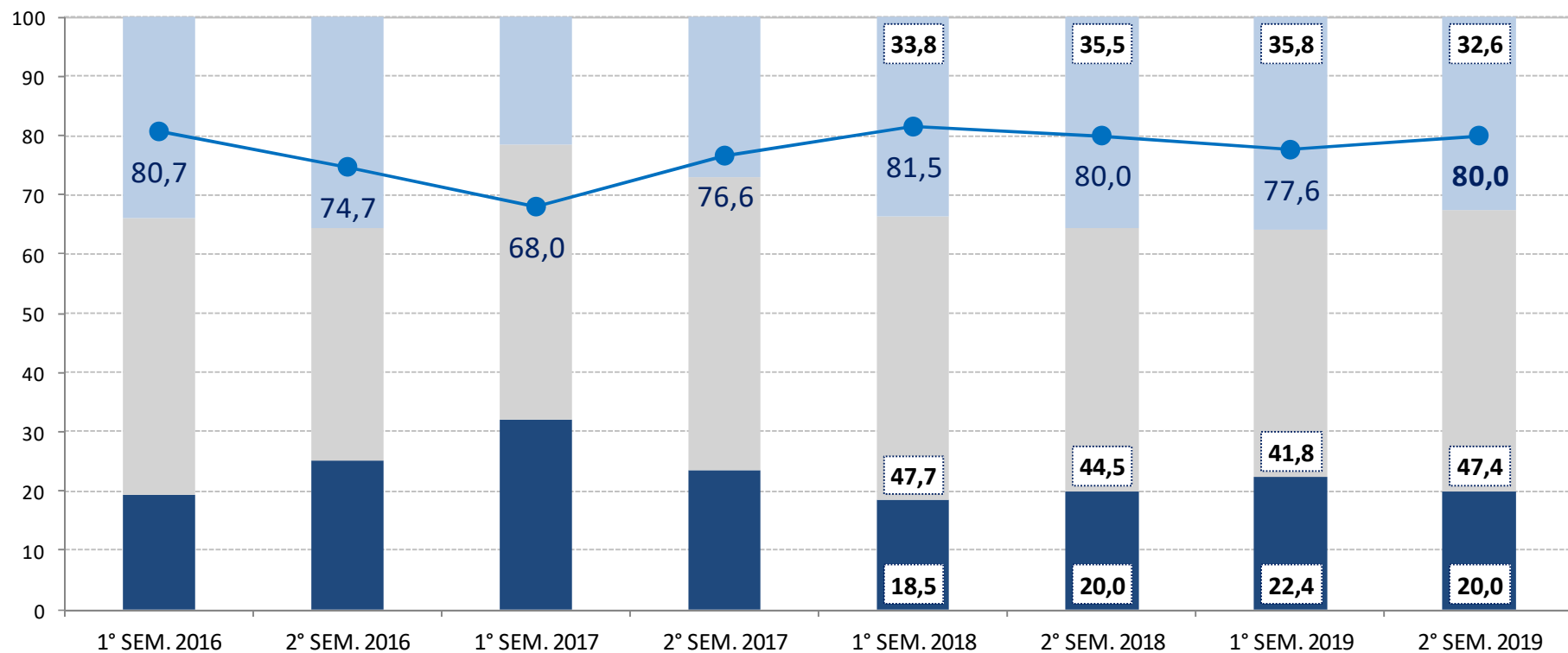
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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)**

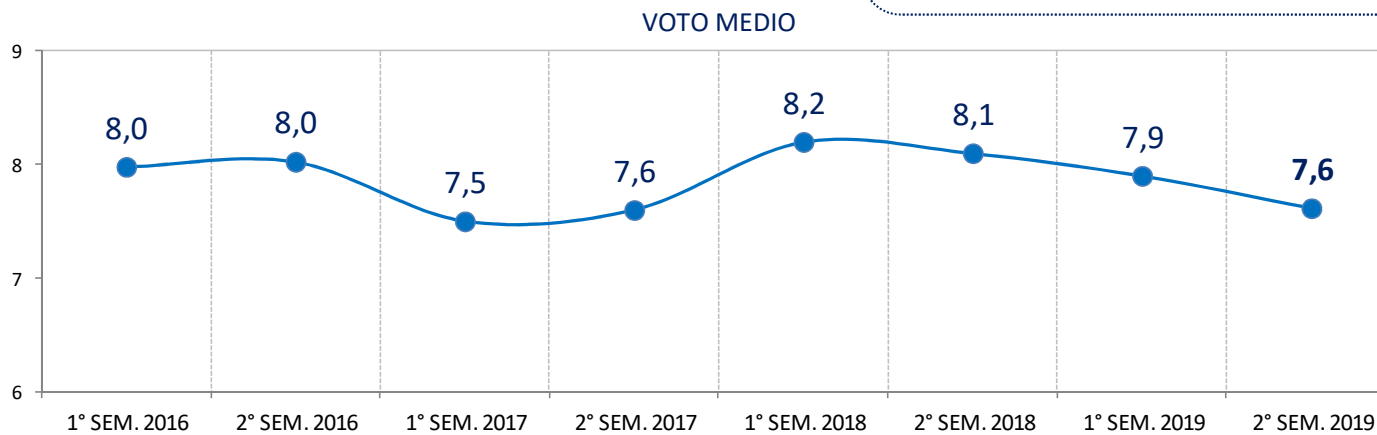


Segnalazione guasti

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

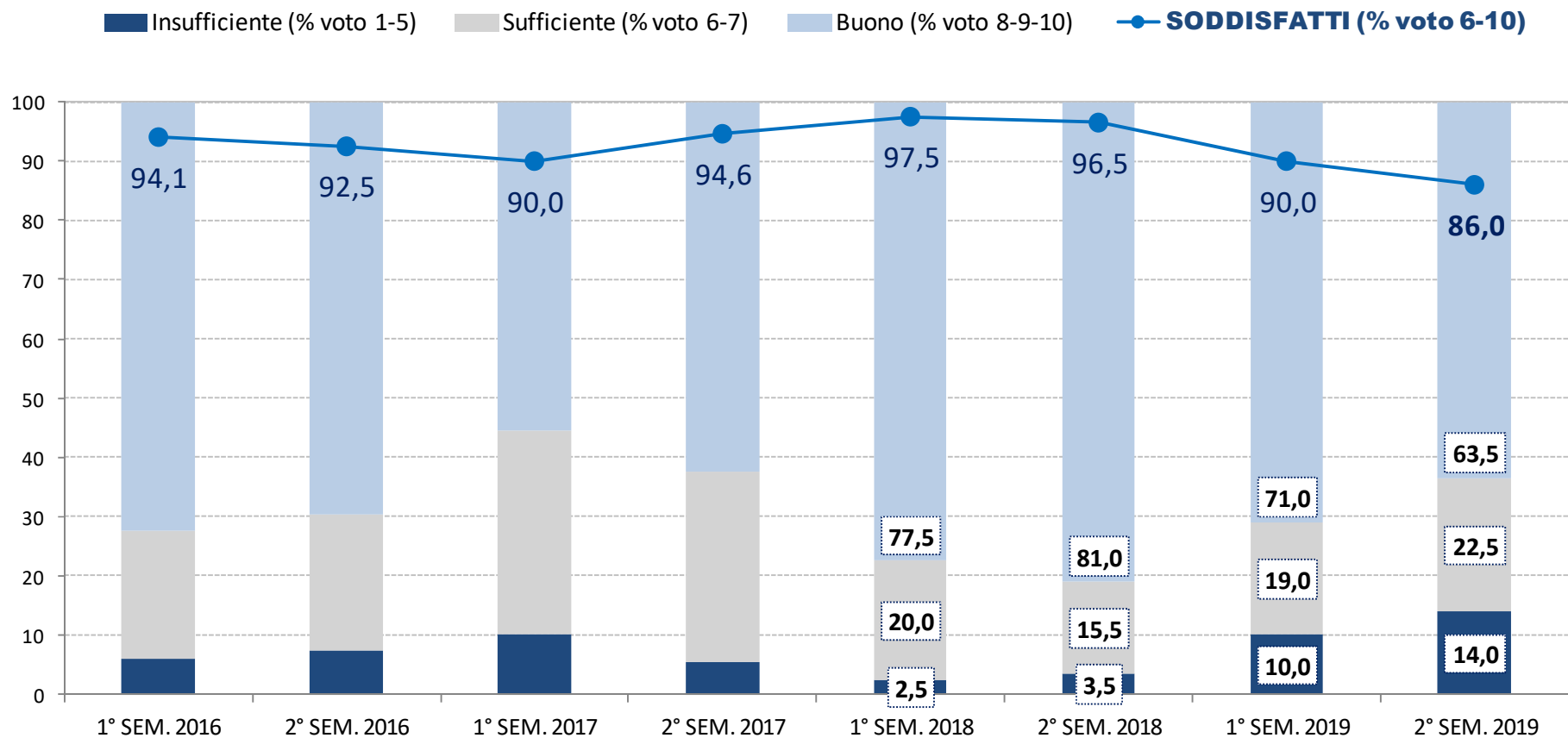


Nell'89,2% delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio
[87,4%, 1° SEM. 2019]



Segnalazione guasti

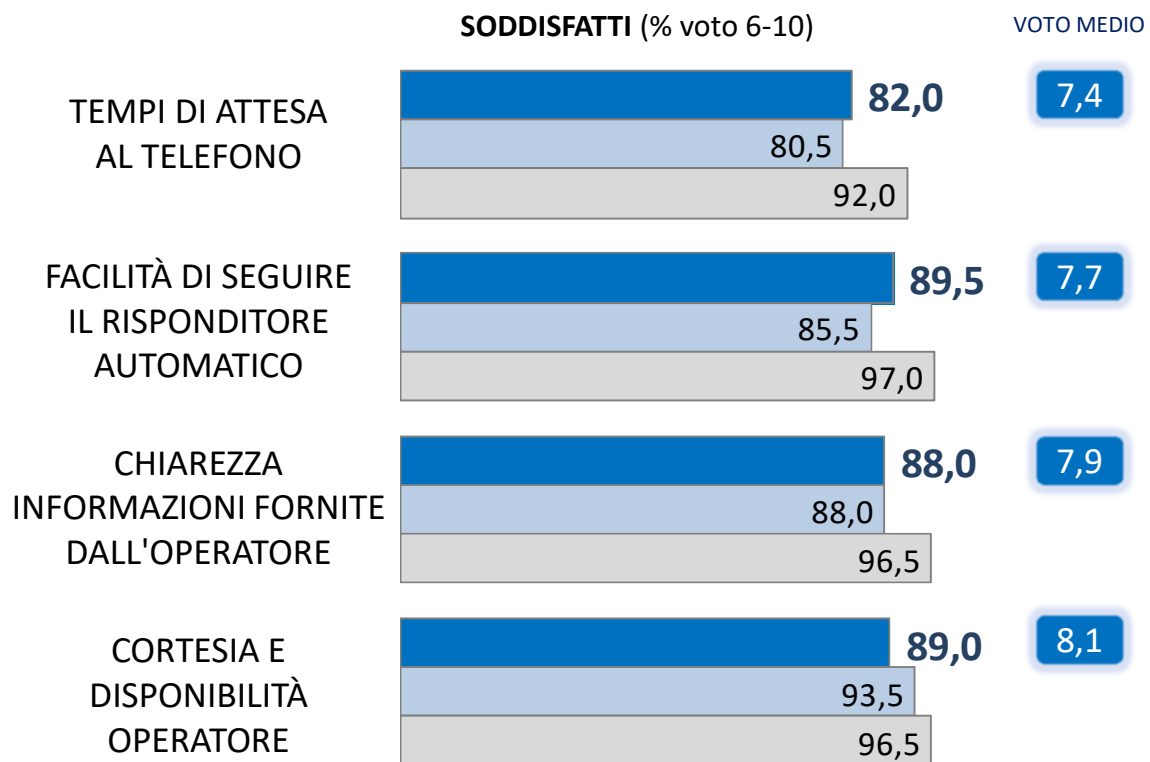
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Segnalazione guasti - indicatori di performance

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

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



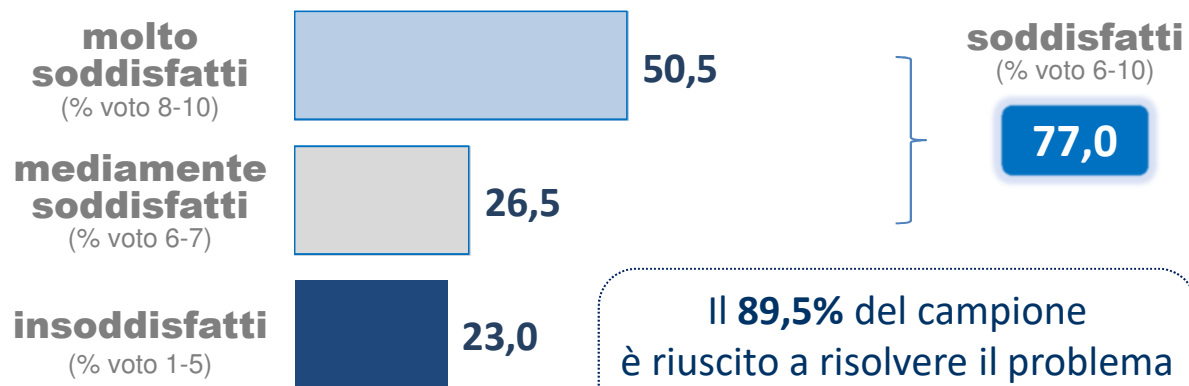
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

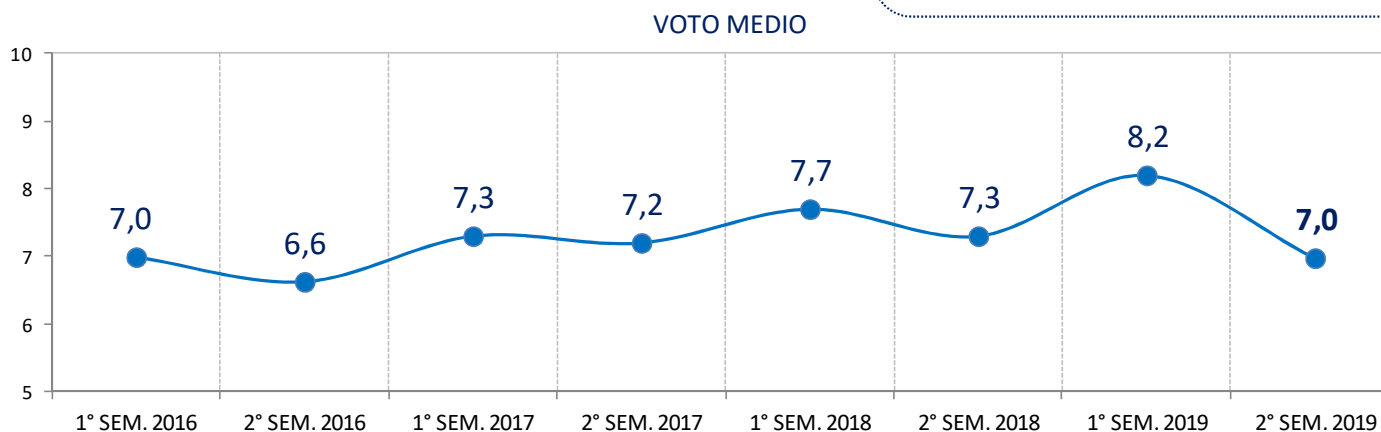


Intervento tecnico

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

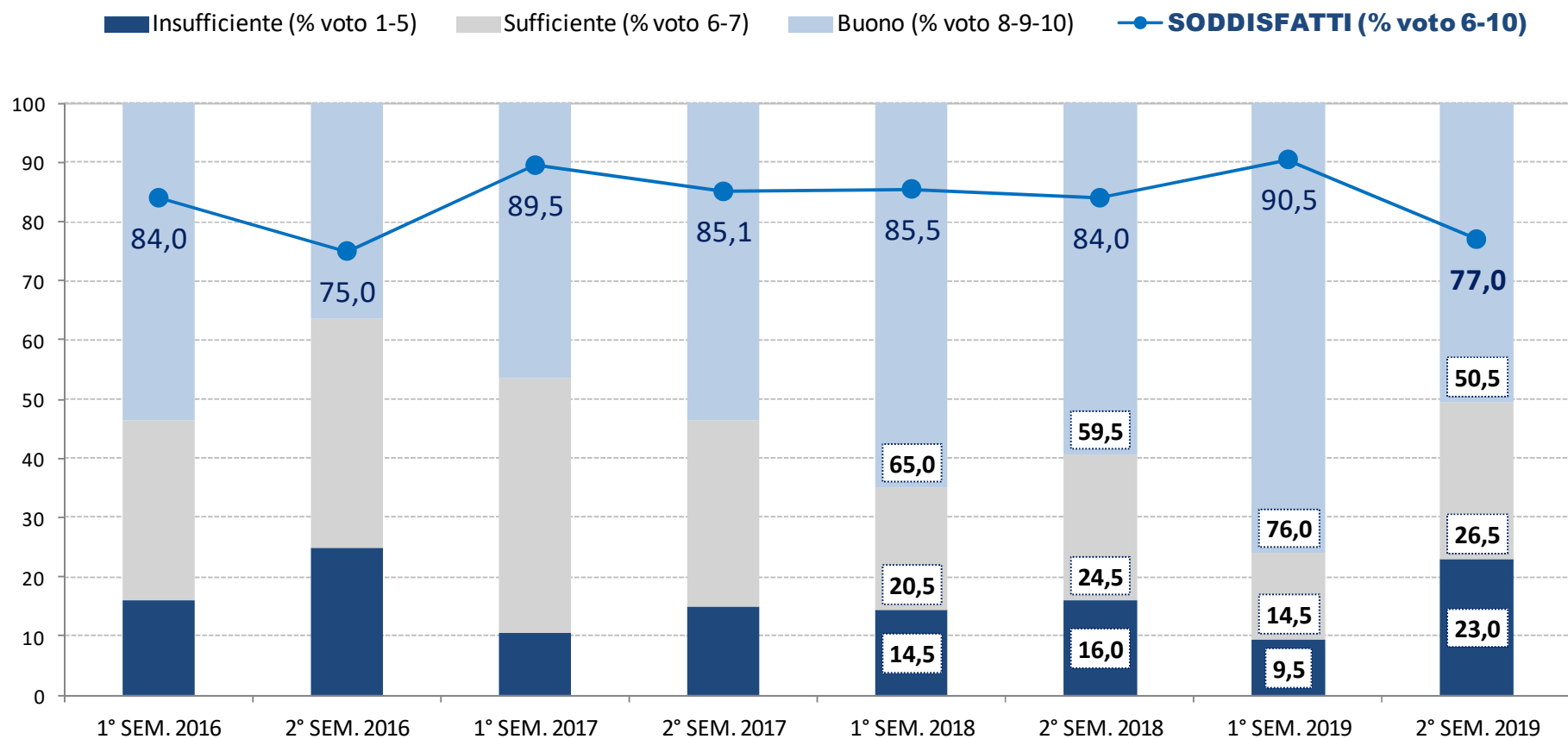


Il **89,5%** del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l'intervento tecnico
[90,5%, 1° SEM. 2019]



Intervento tecnico

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

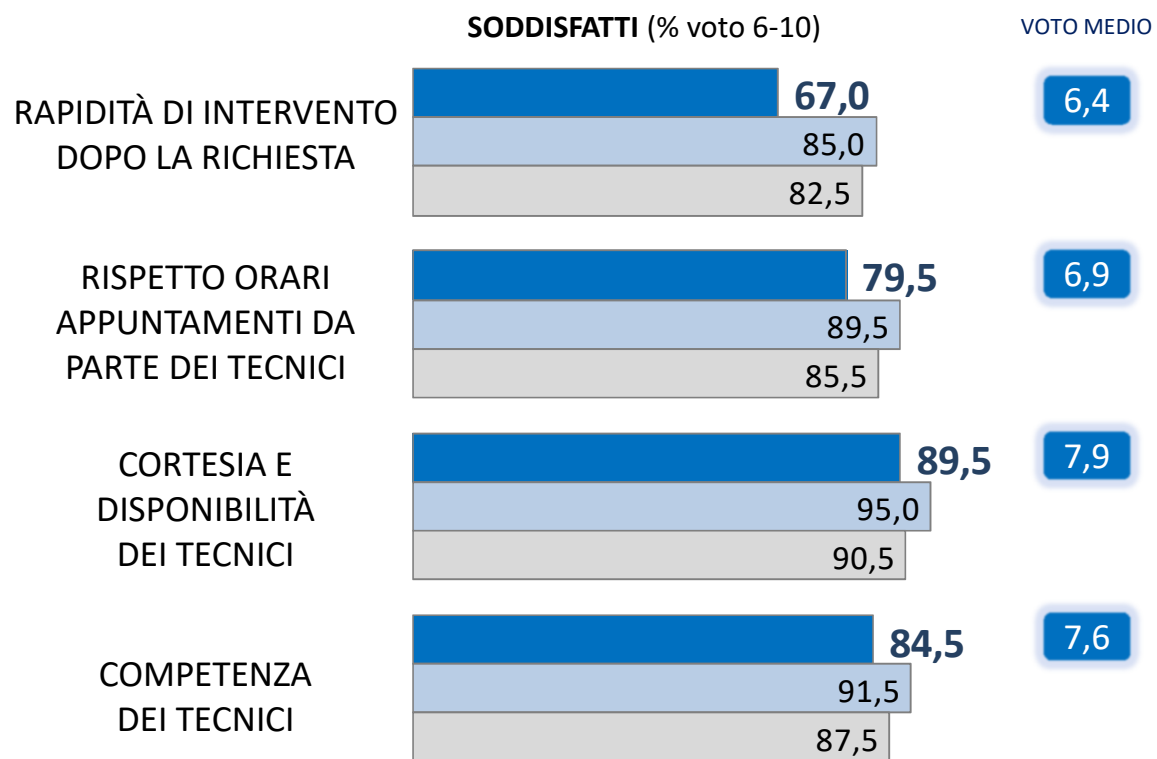


Intervento tecnico - indicatori di performance

“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)

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

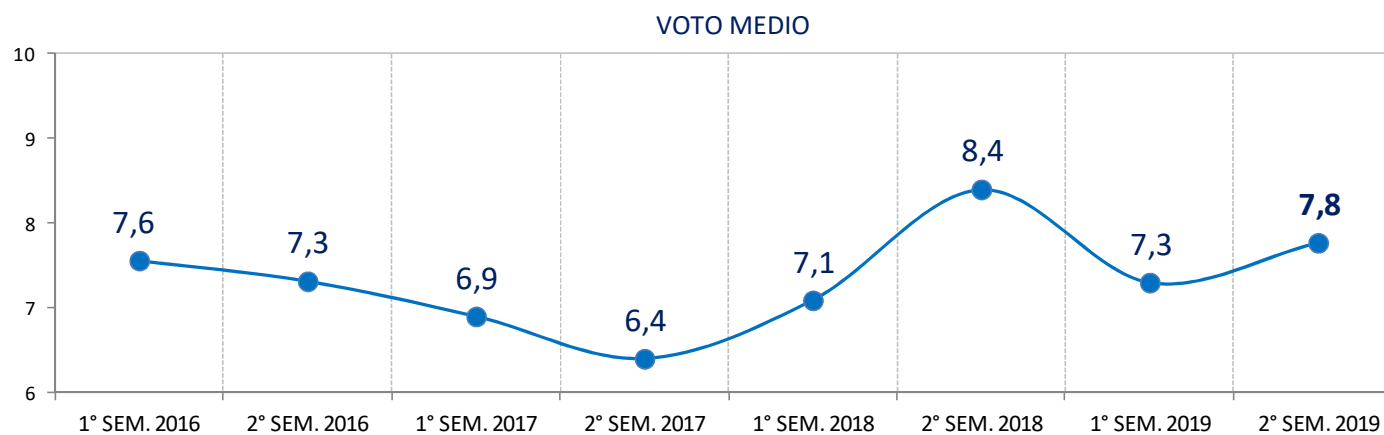
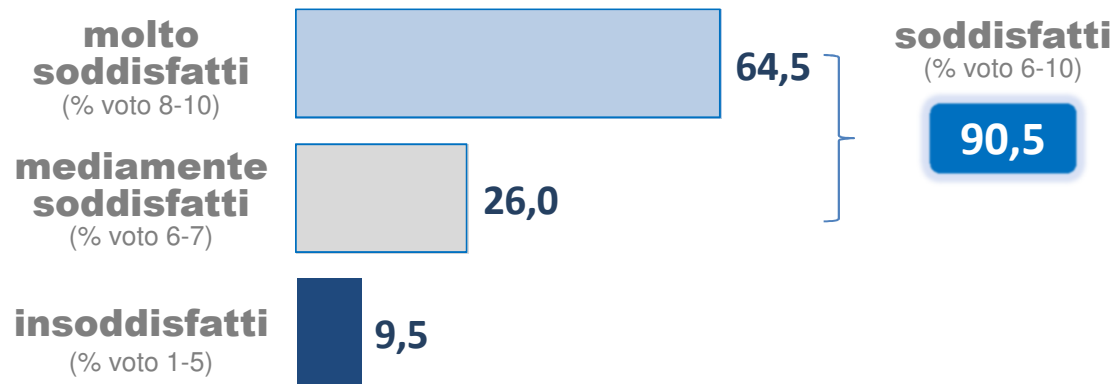


IMPORTANZA (% di citazione)



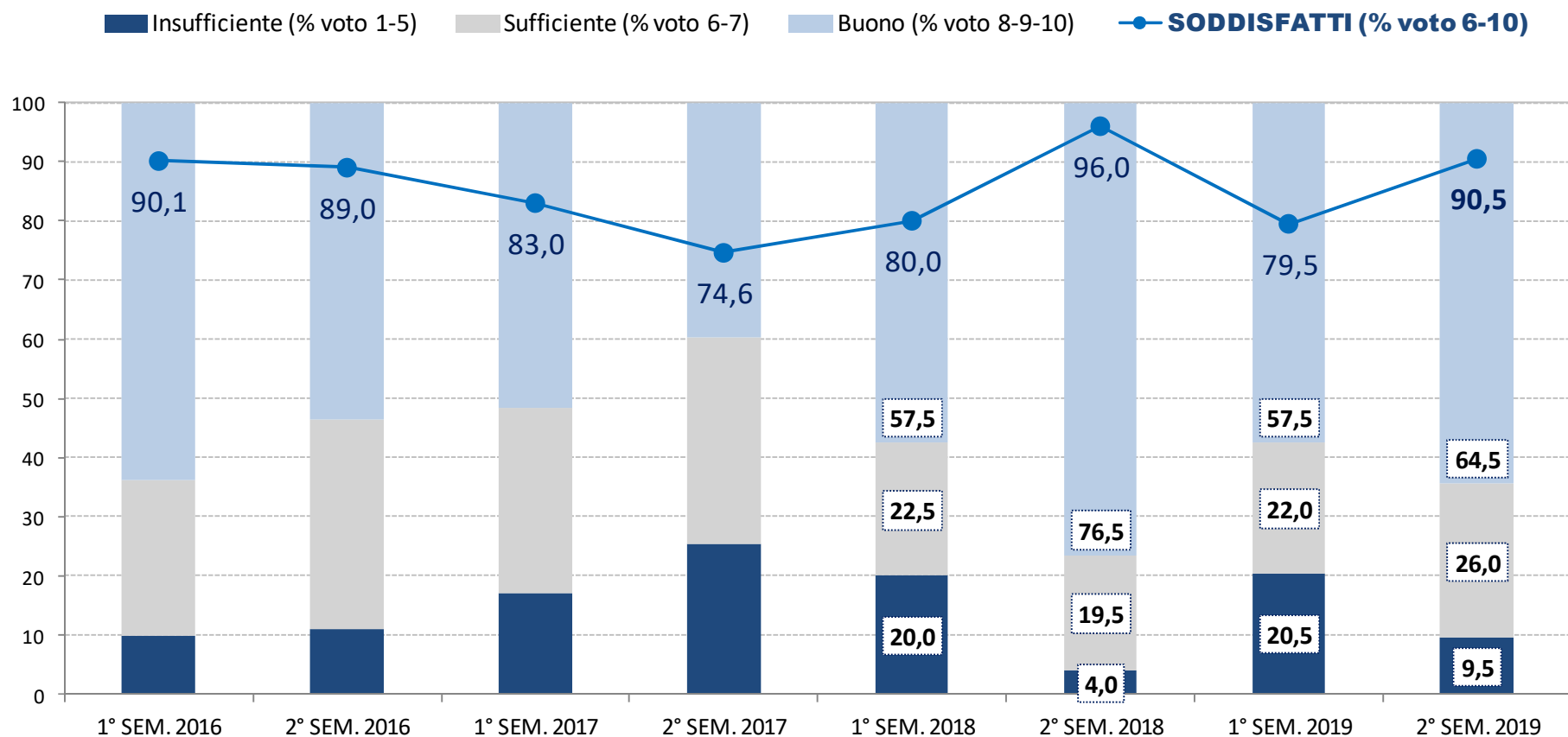
Numero Verde Commerciale

“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

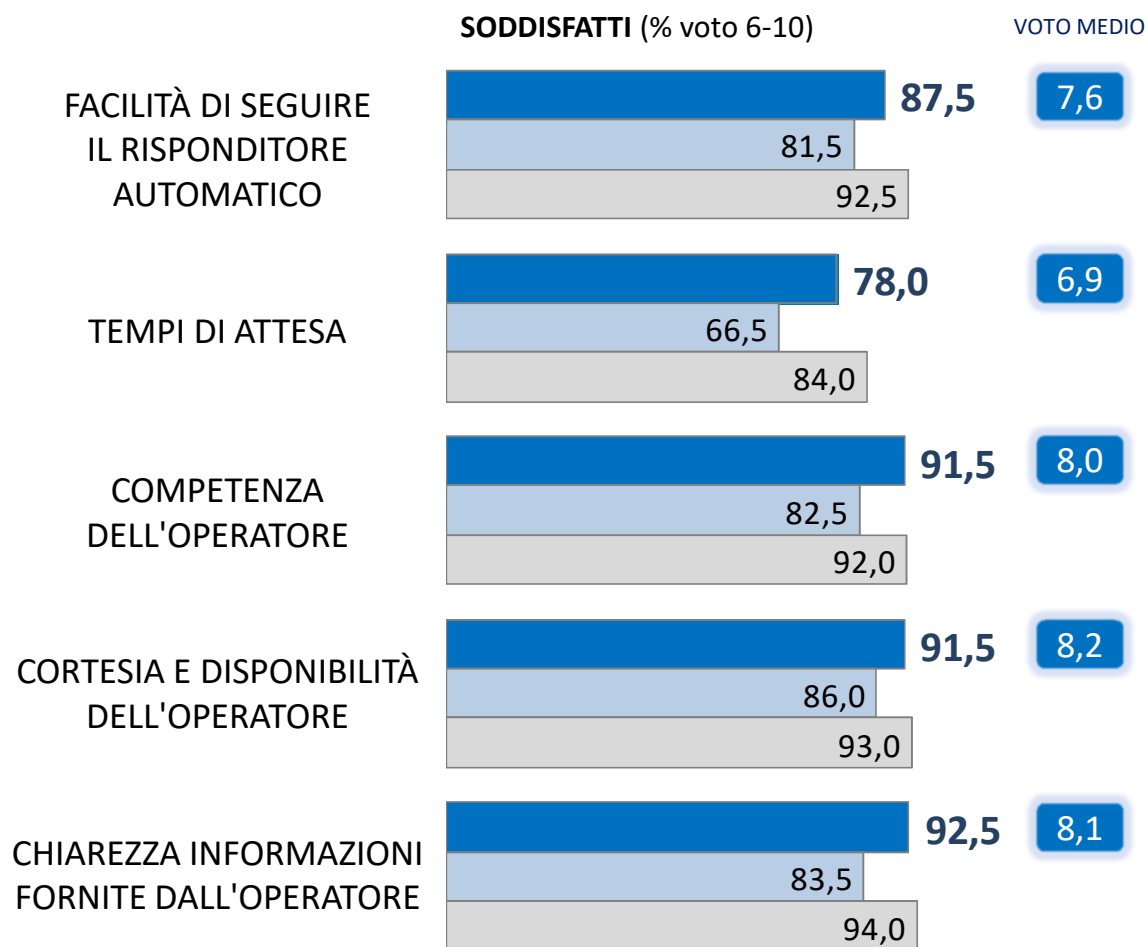
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



NV Commerciale - indicatori di performance

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

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



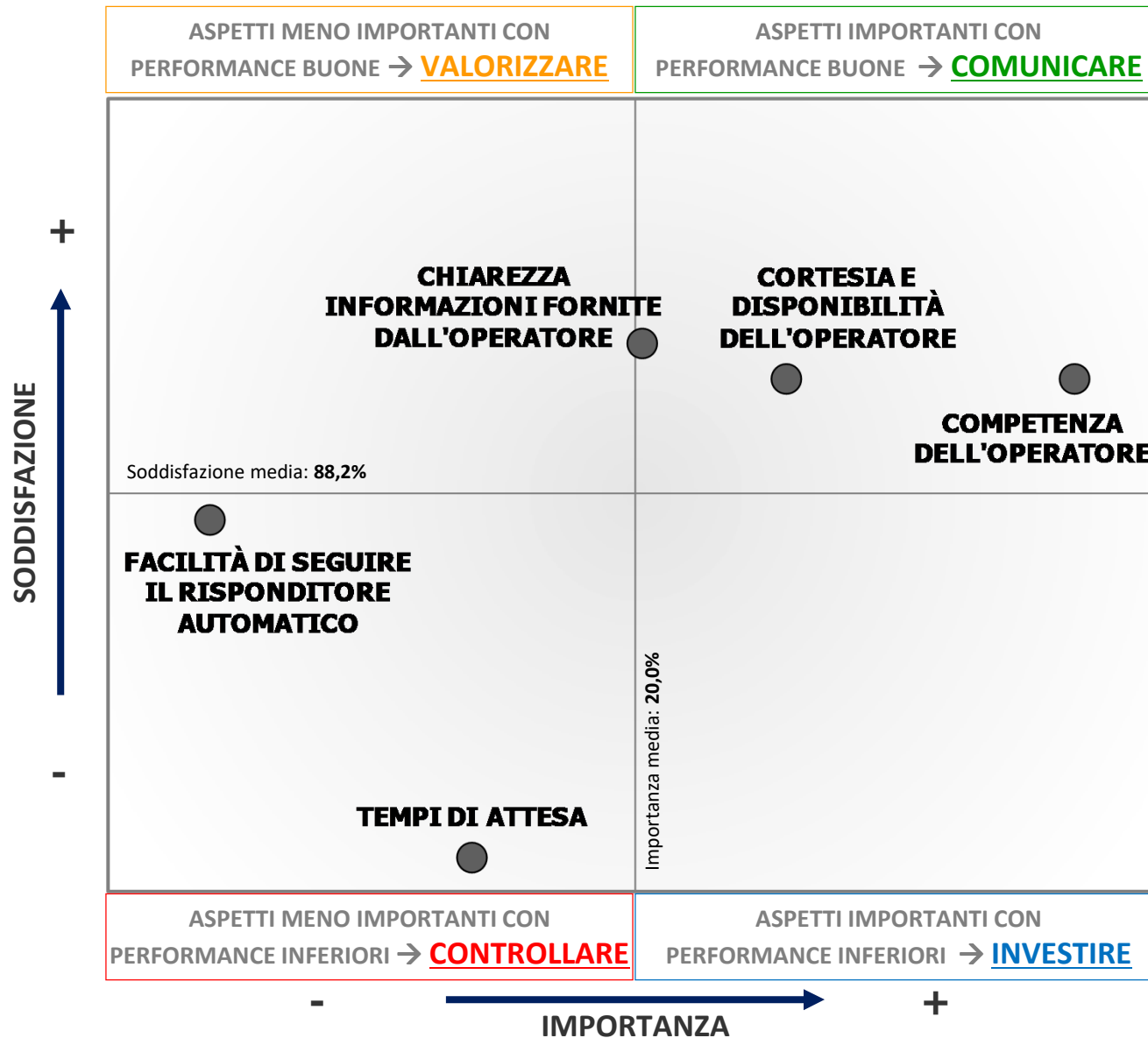
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

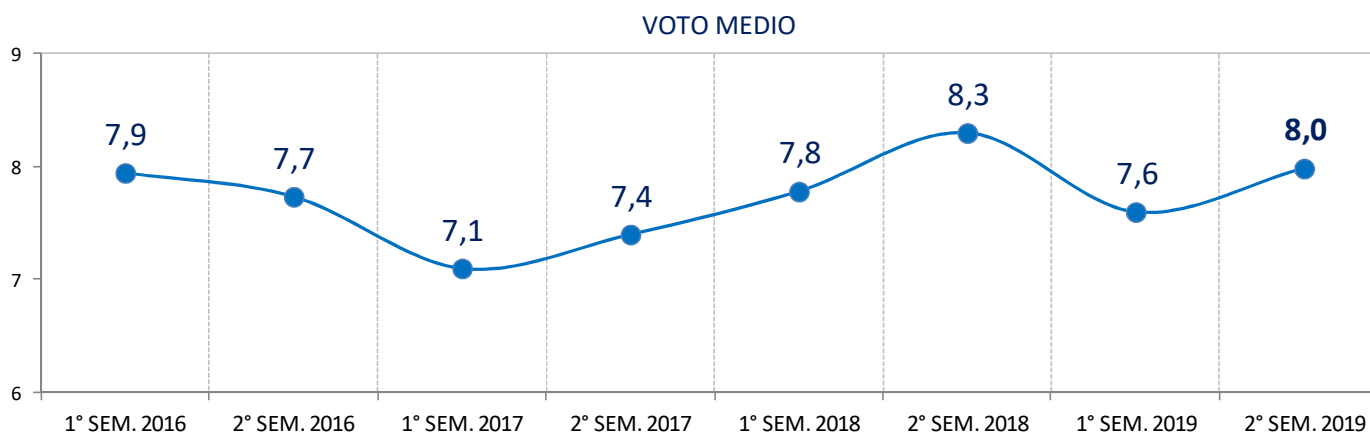
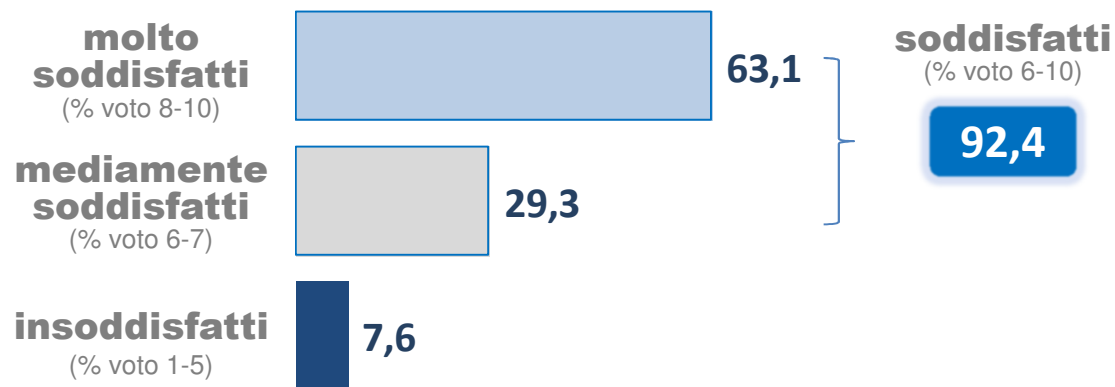




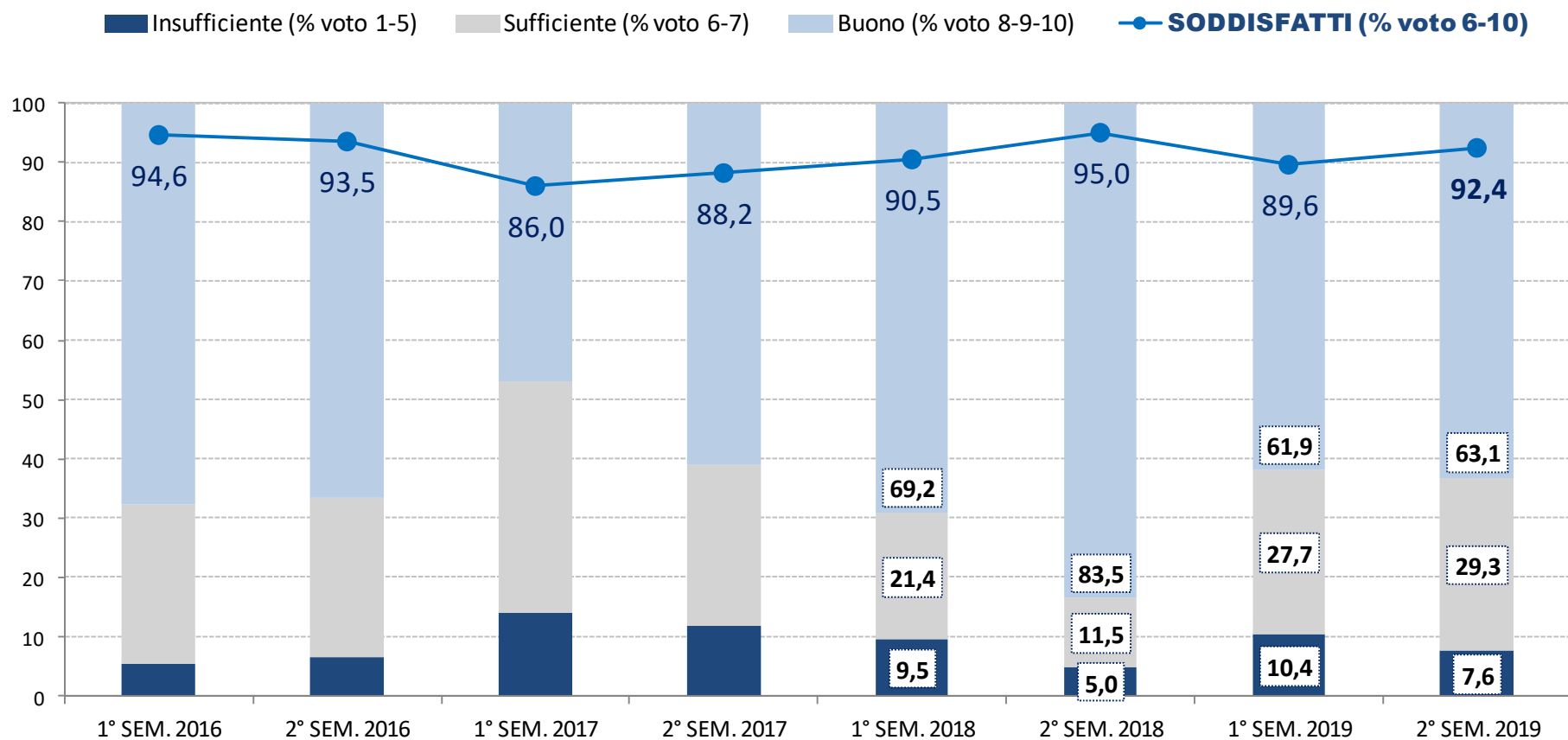
Punti di forza e priorità di intervento



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



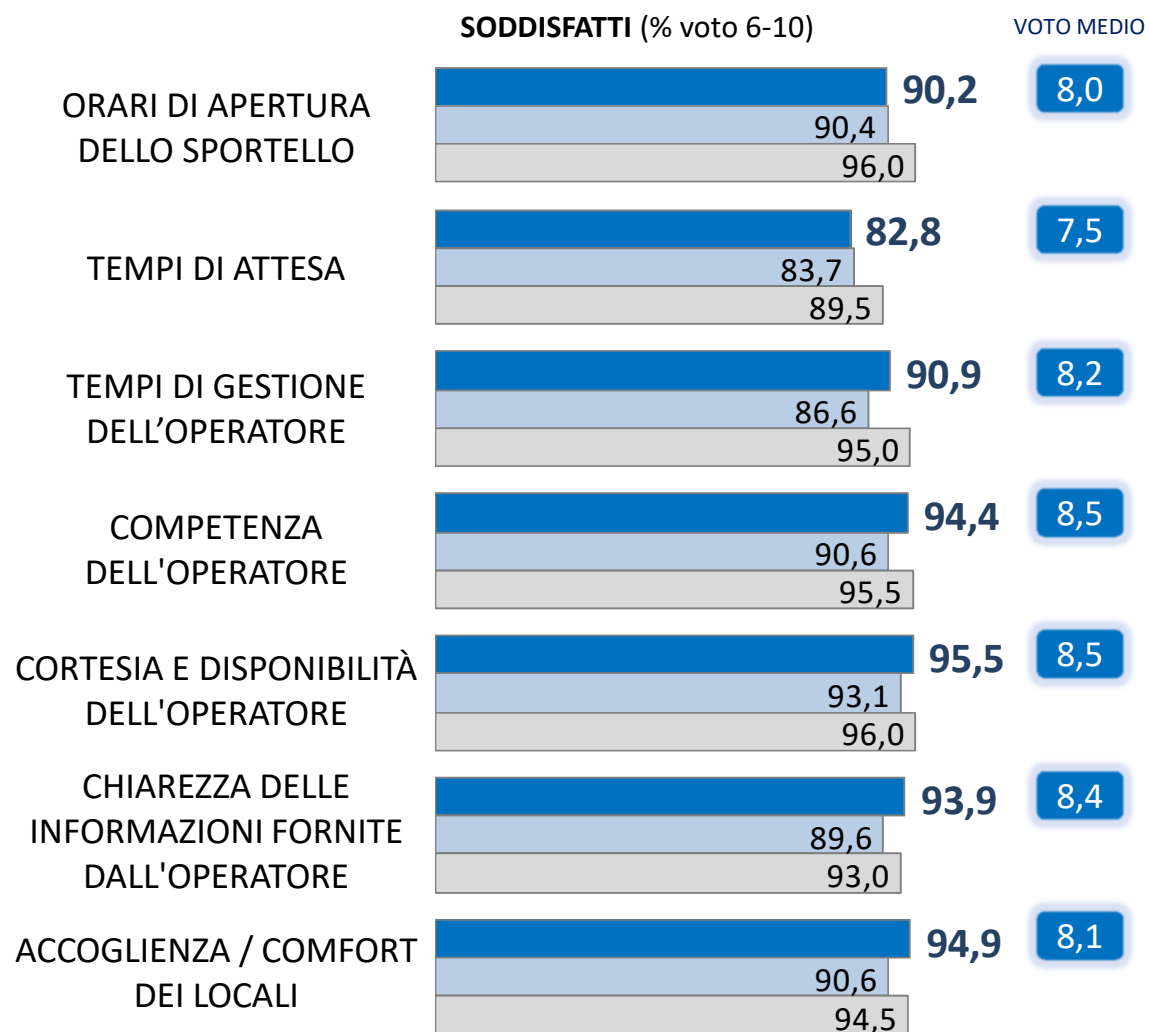
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello - indicatori di performance

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

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



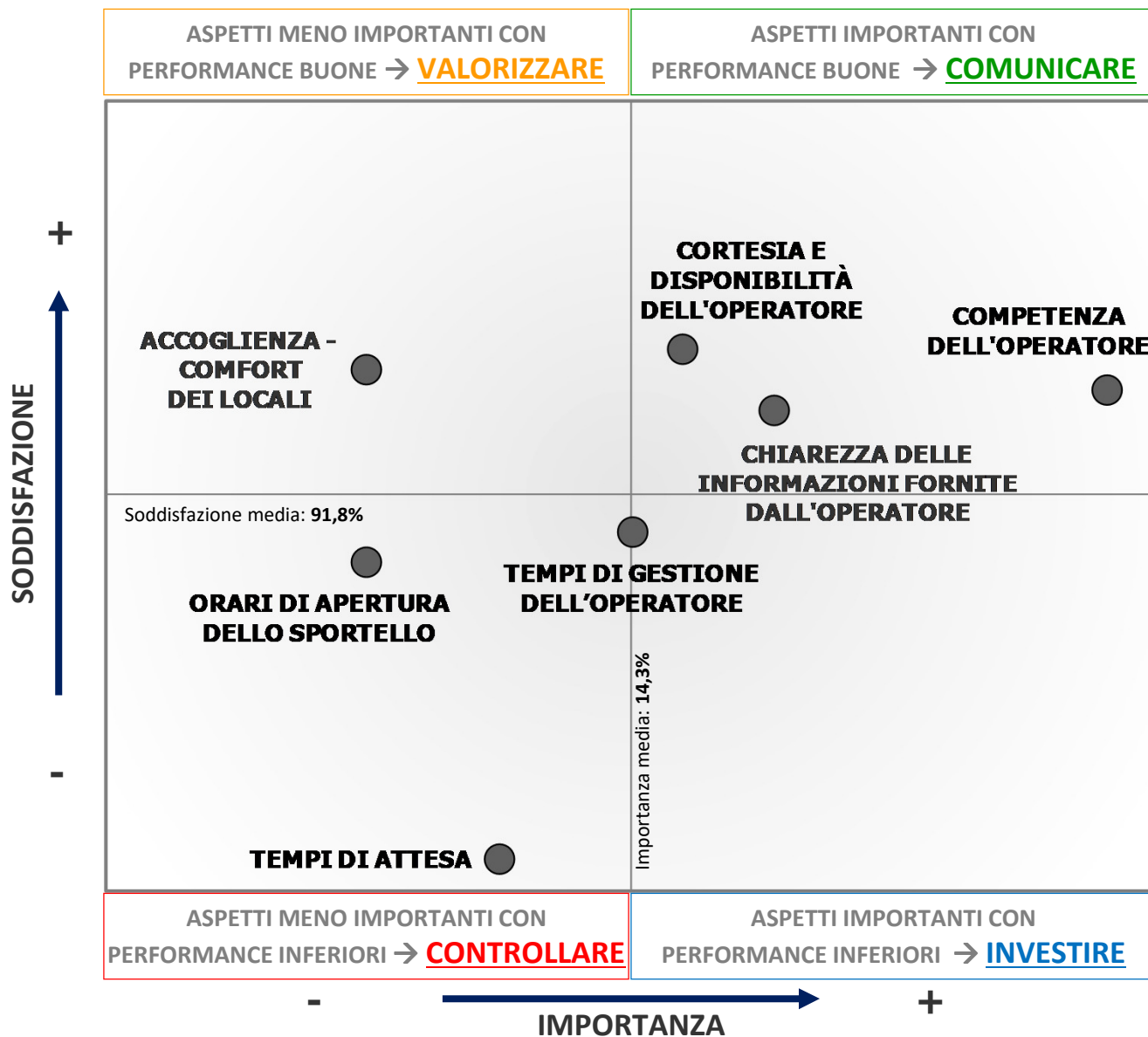
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)



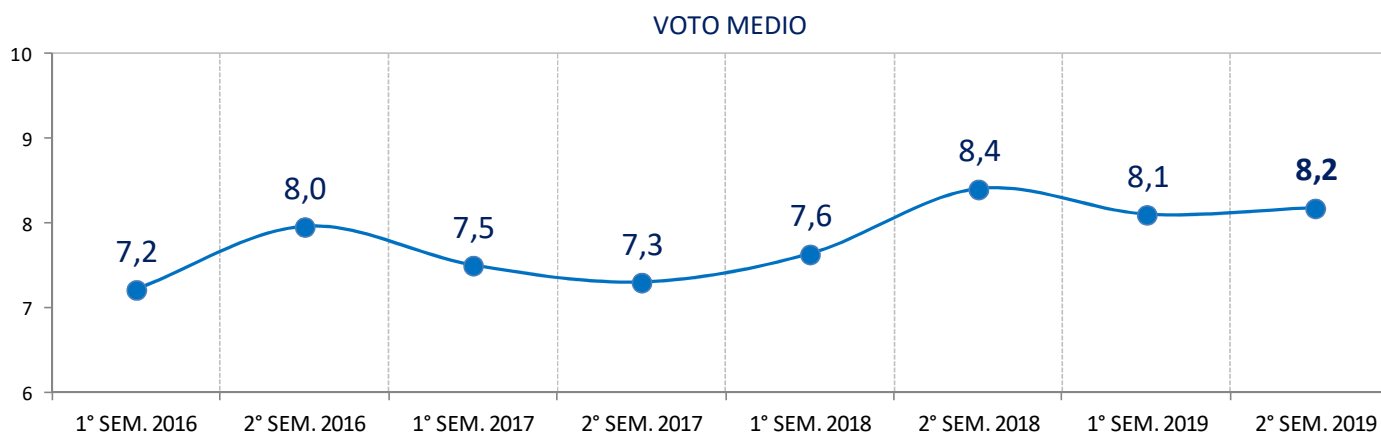
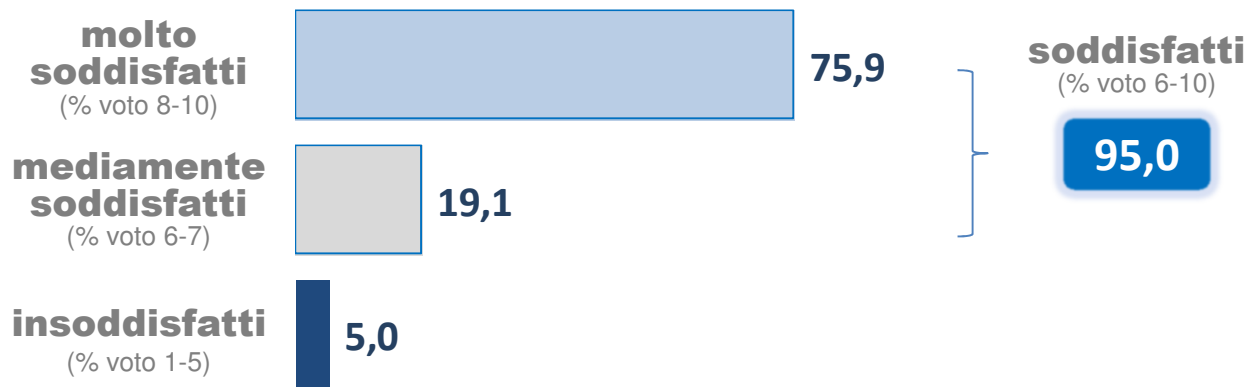


Punti di forza e priorità di intervento



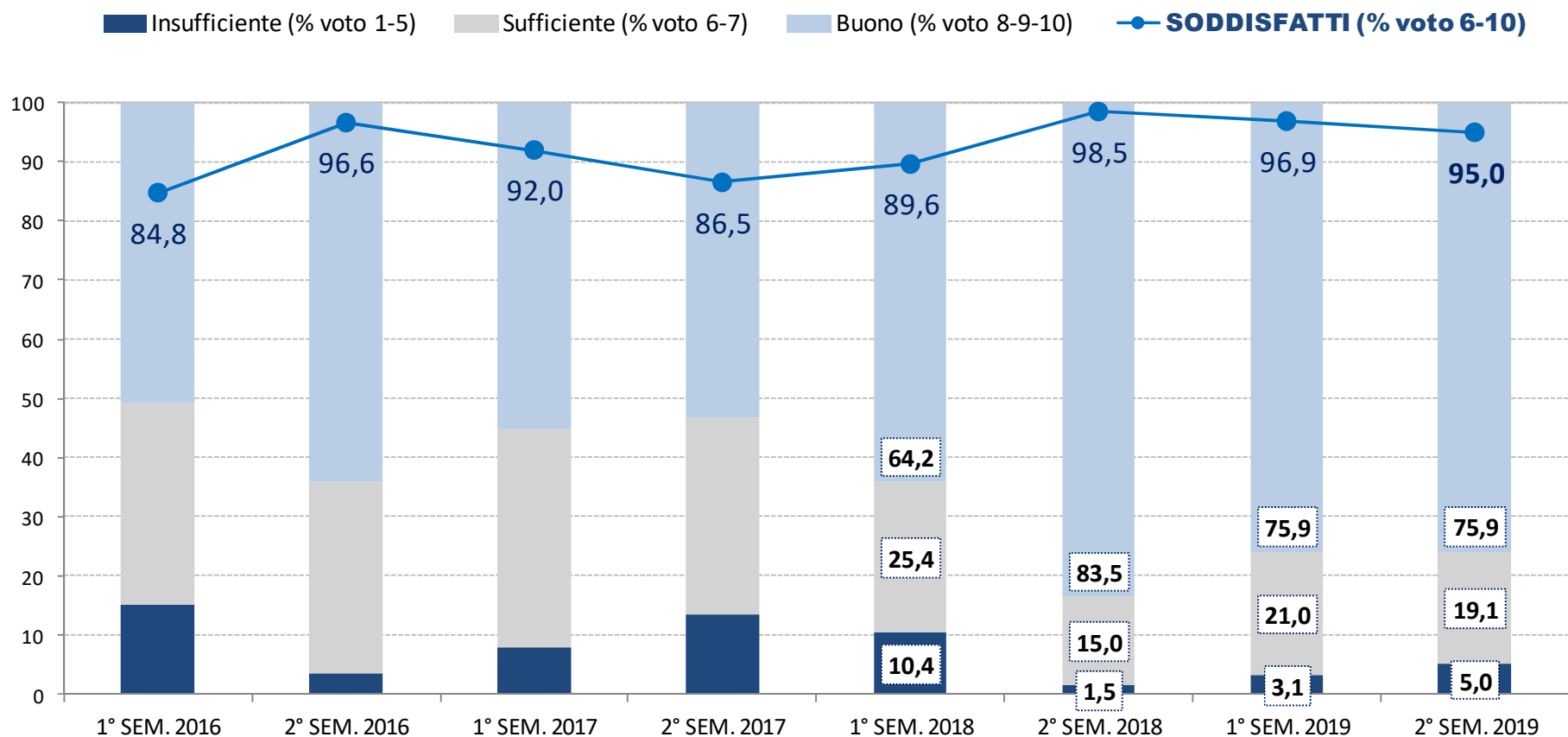
Sportello online

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



Sportello online

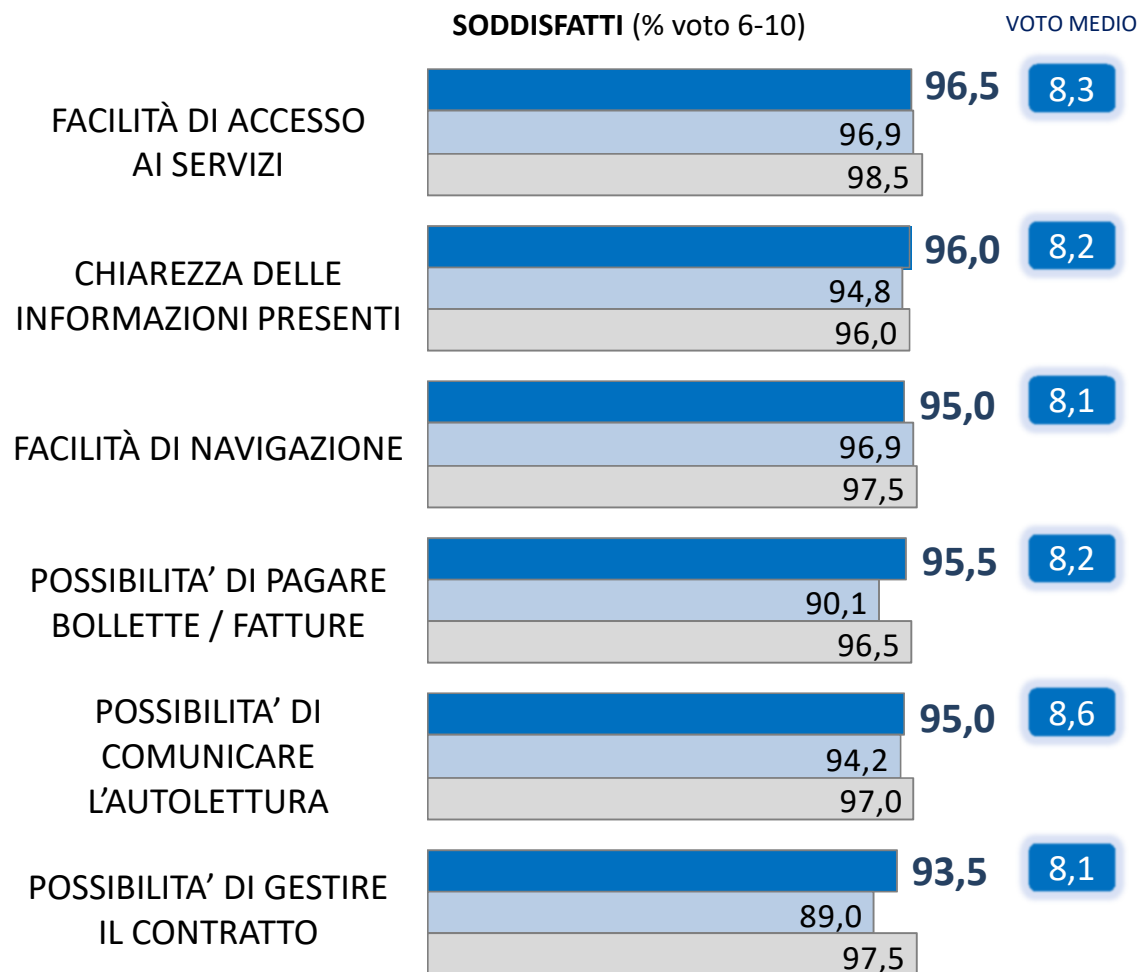
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad Umbra Acque?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sportello online - indicatori di performance

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

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

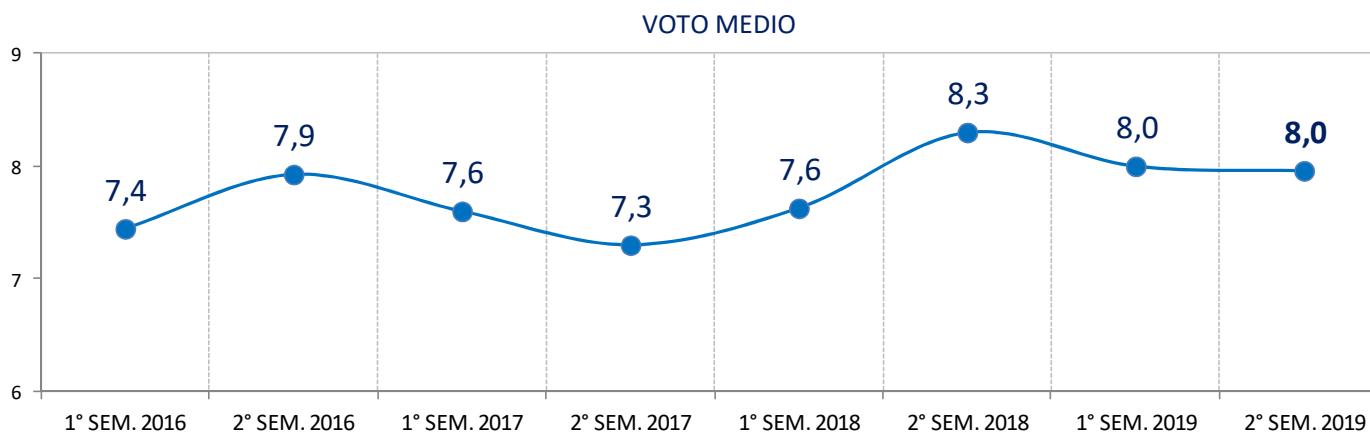
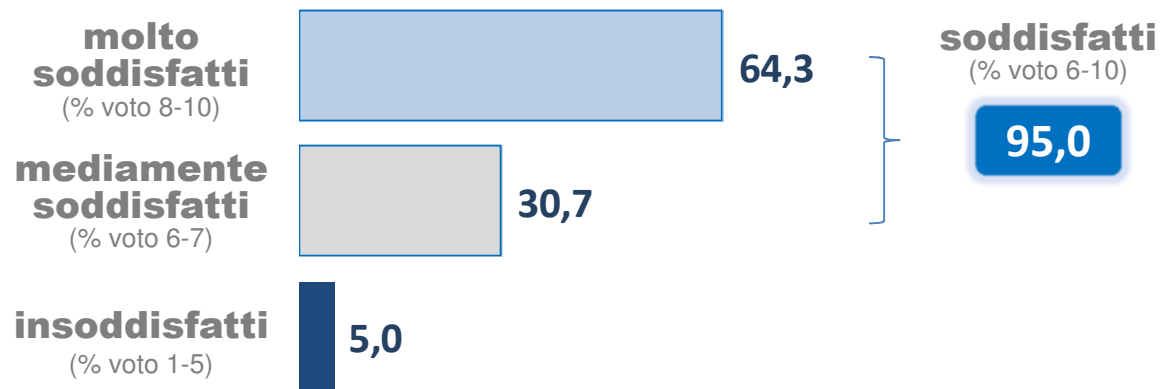


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

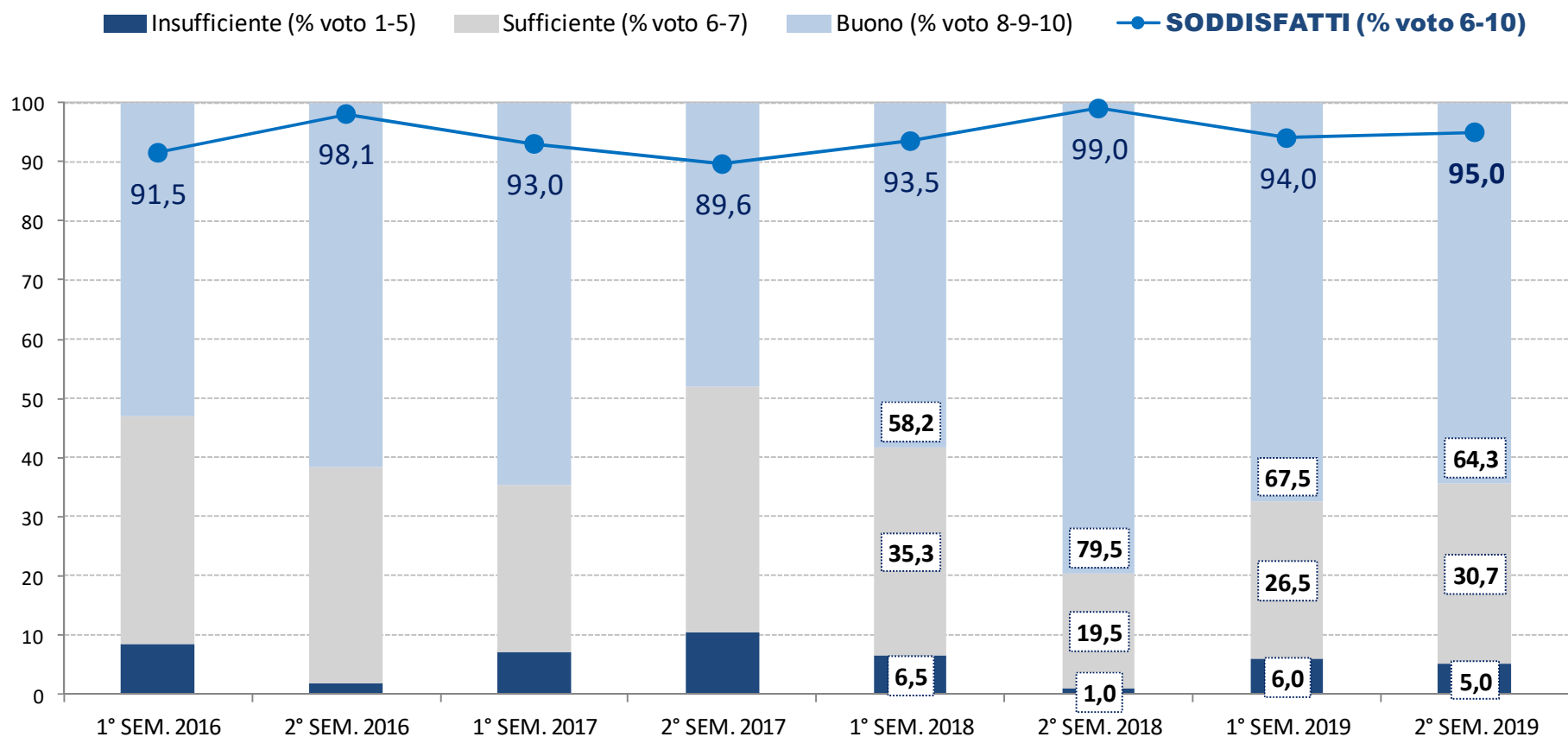


“Considerando complessivamente il sito Internet di Umbra Acque, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Sito Internet

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

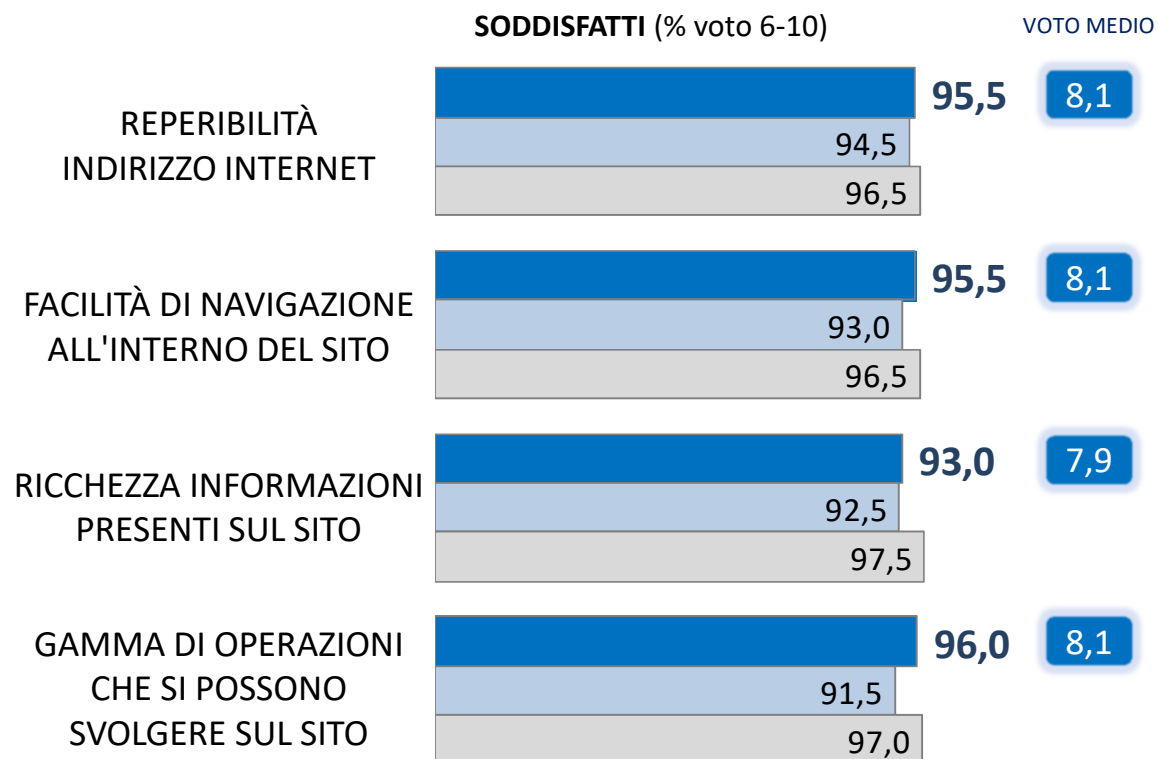


Sito Internet - indicatori di performance

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

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

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



IMPORTANZA (% di citazione)



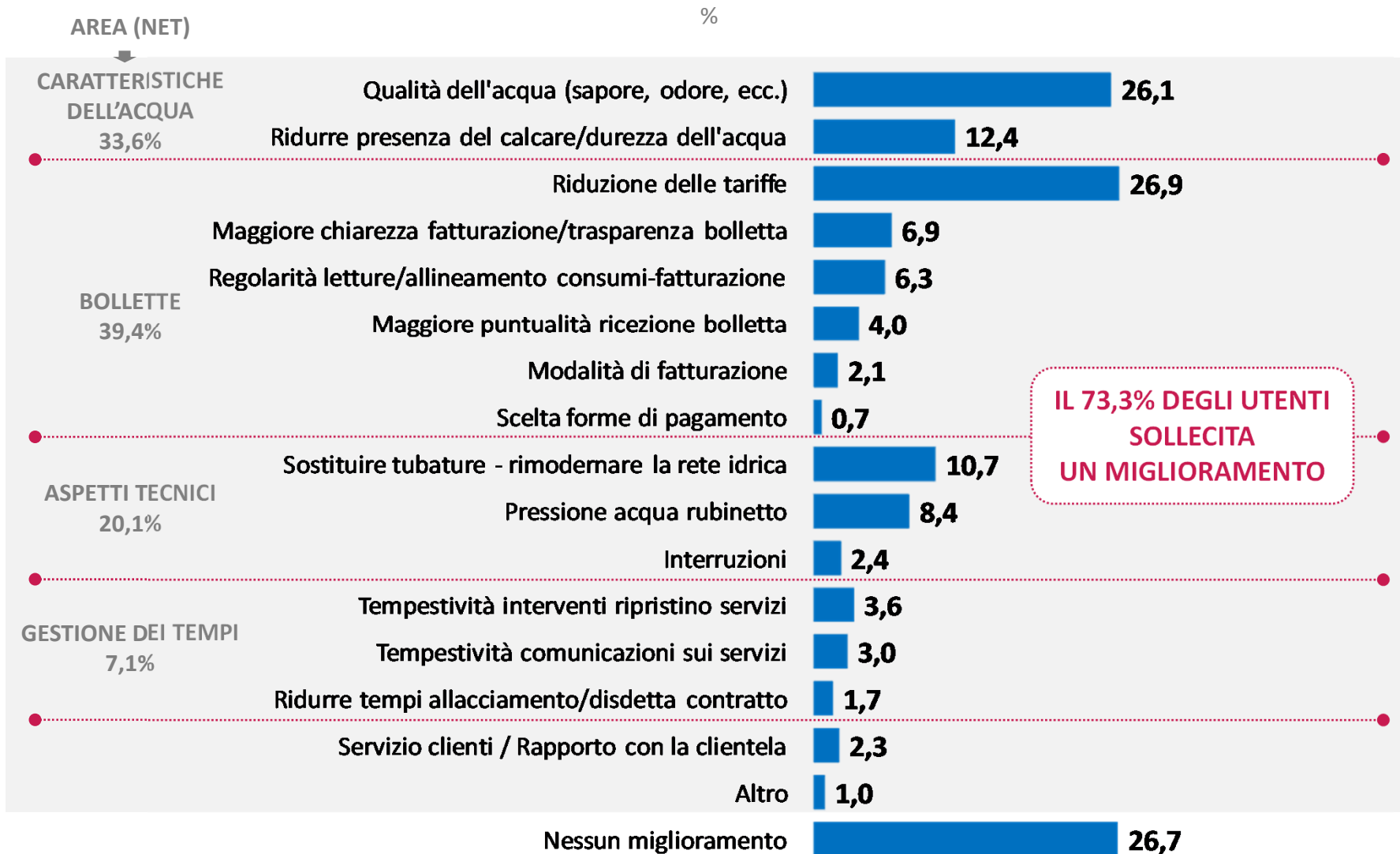
Sezione Open: altri temi

- 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



64,0%

SITO INTERNET



27,0%

Linea subito libera 61,0%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **70,0%**

chiamata successiva **26,0%**

altro canale contattato **13,5%**

*“Restava a lungo in attesa”
“Non riusciva ad accedere al servizio”
“Problema irrisolto – persistenza”
“Operatore non risolutivo”*

Il 37,0% ha tentato di risolvere il problema tramite l'invio di corrispondenza

Principali motivi di chiamata

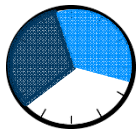
- Comunicazione di dati, autoletture e bollette pagate 22,5%
- Spiegazioni bollette, modalità pagamento, duplicati 21,0%
- Richiesta di rettifica/modifica fatturazione 14,5%
- Problematiche relative alla periodicità di fatturazione 11,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

 **68 RISPOSTE**

- del tutto 22,1%
- abbastanza 29,4%

Durata della chiamata



- tra 2' e 5' 29,0%
- tra 5' e 10' 33,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **90,0%**



Non risolve, perché...



*“rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”
“deve recarsi all'ufficio competente”
“deve procurarsi della documentazione e ricontattarli”*



Tempi di attesa

prima di parlare con l'operatore

- meno di 15' 45,5%
- tra 15' e 40' 28,8%
- oltre 40' 18,2%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **85,4%**

visita successiva **12,6%**

altro canale contattato **14,1%**

"Presentare documentazione mancante"
"Problema irrisolto – persistenza"
"Restava a lungo in attesa, senza poter parlare con nessuno"



Il 60,7% ha tentato di risolvere il problema contattando il Numero Verde

Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto/attivazione 18,2%
- Subentro 17,7%
- Spiegazioni bollette, modalità pagamento, duplicati 11,1%
- Modifica dati anagrafici 8,6%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 46 RISPOSTE

- del tutto 37,0%
- abbastanza 19,6%

Permanenza allo sportello



- tra 5' e 15' 62,6%
- tra 15' e 40' 24,7%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **93,4%**



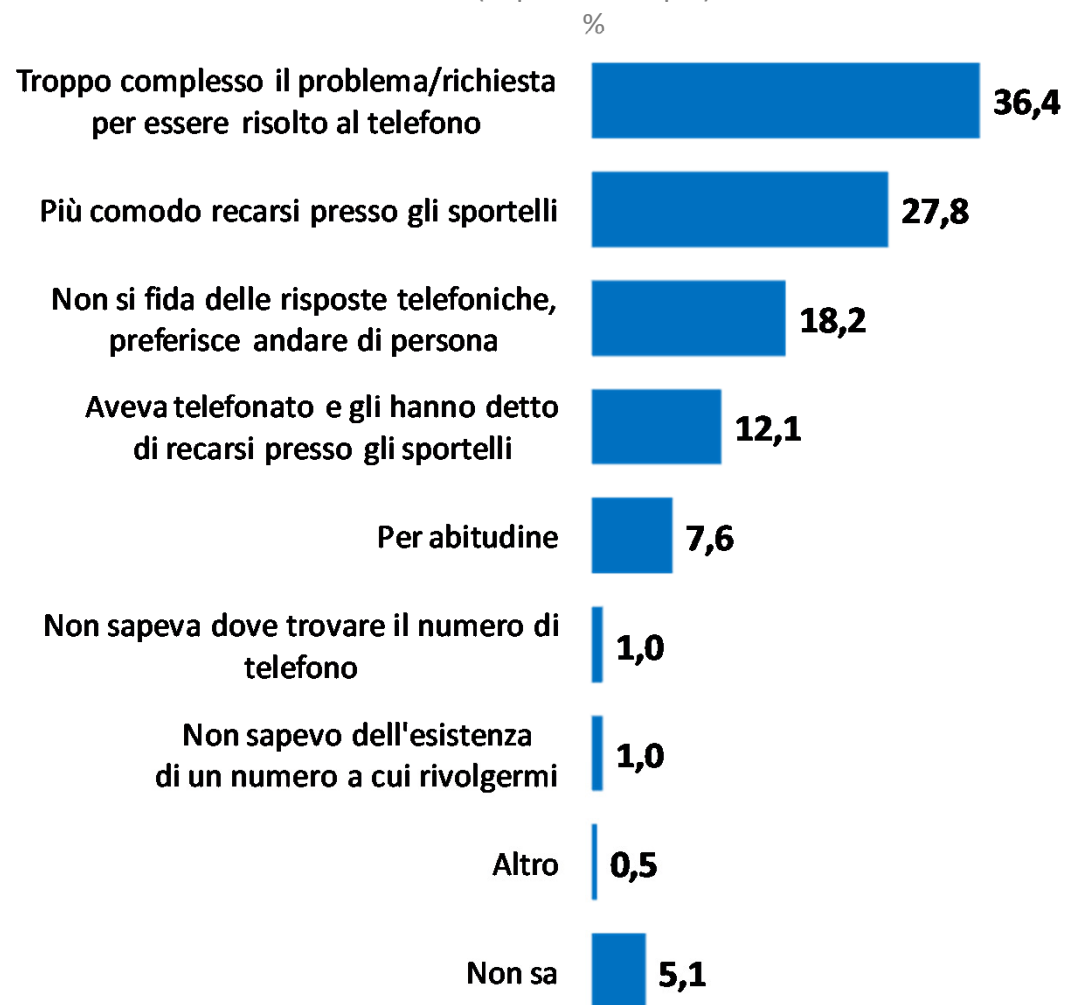
Non risolve, perché...



"non hanno saputo dare una risposta esaustiva"
"hanno risposto che la mia richiesta non può avere seguito"
"rimandato ad altra persona"
"deve procurarsi della documentazione e ricontattarli"

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



37,2%

SITO INTERNET



51,8%

Tramite lo sportello online



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



Alcune funzionalità sono carenti **10,1%**



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

“Per concludere la pratica ho dovuto contattare il NV”

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 63,3%

Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 62,8%
- Gestione del contratto 29,6%
- Pagamento della bolletta / fattura 27,6%
- Informazioni contrattuali 11,6%
- Visualizzazione estratto conto 11,1%

25,1% ha utilizzato altri canali, quali...



Informazioni coerenti nei diversi contatti



72,0%



18,0%

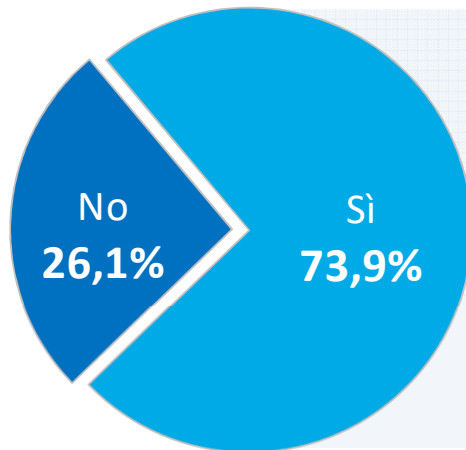
! 50 RISPOSTE

- del tutto 36,0%
- abbastanza 44,0%



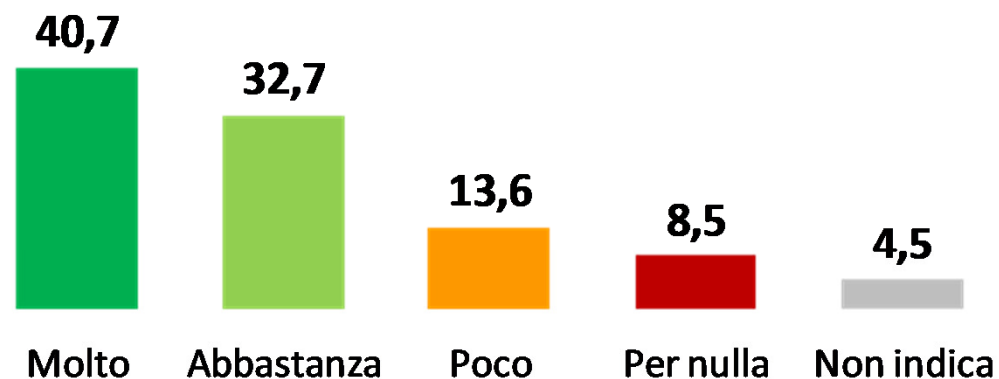
App MyUmbraAcque

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



Al **59,9%** è capitato di utilizzare l’App MyUmbraAcque dal proprio smartphone/tablet

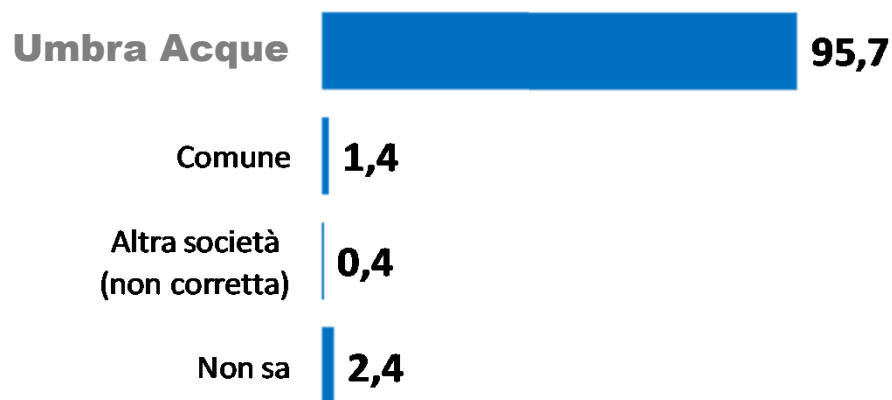
“Quanto gradisce in generale la possibilità di potere effettuare le stesse operazioni dello sportello online attraverso l’applicazione MyUmbraAcque direttamente dal suo smartphone/tablet?”



Conoscenza protagonisti servizio idrico

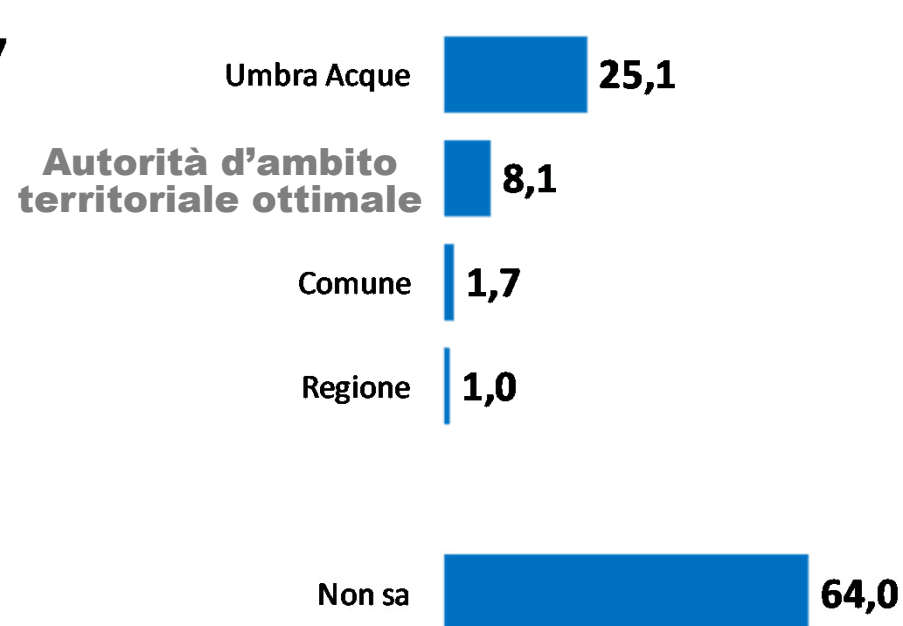
“Sa indicarmi il nome dell’azienda o ente che eroga l’acqua potabile nel suo Comune?” (risposta spontanea)

%



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

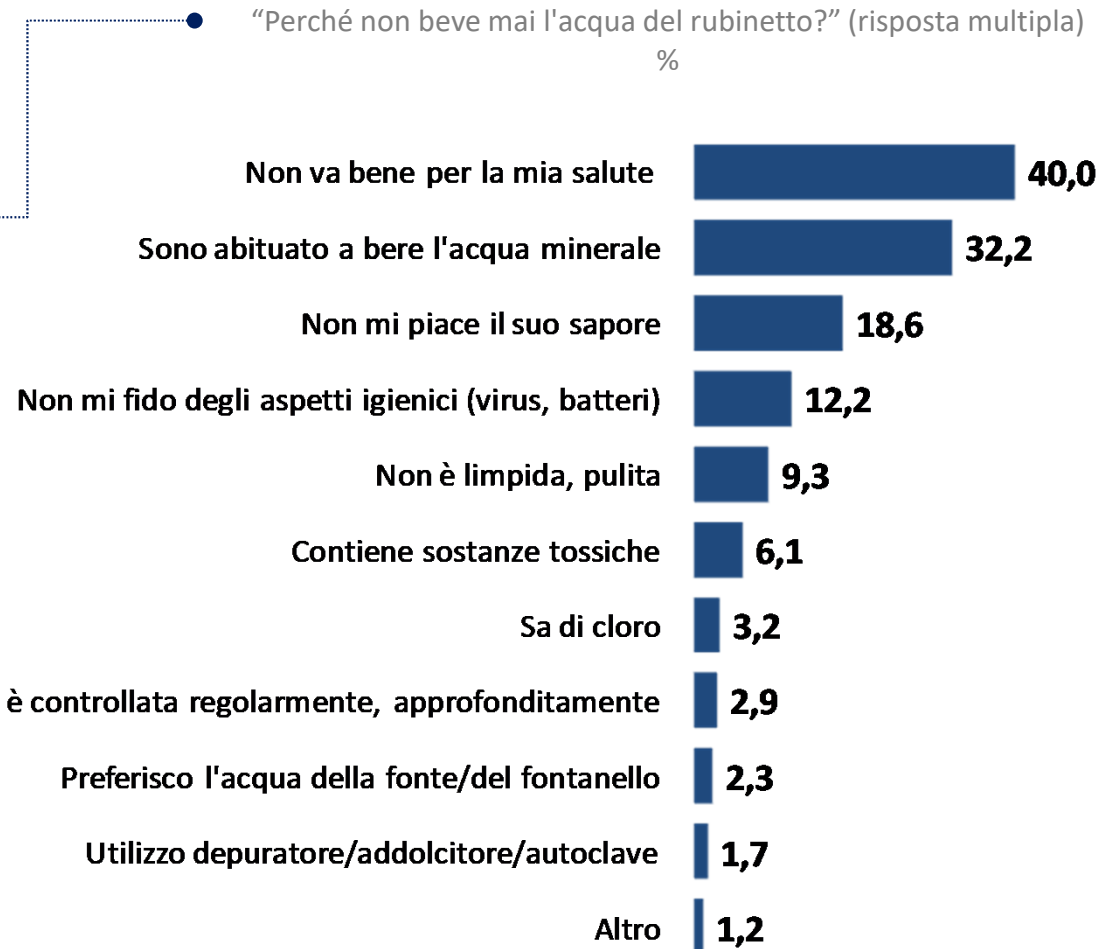
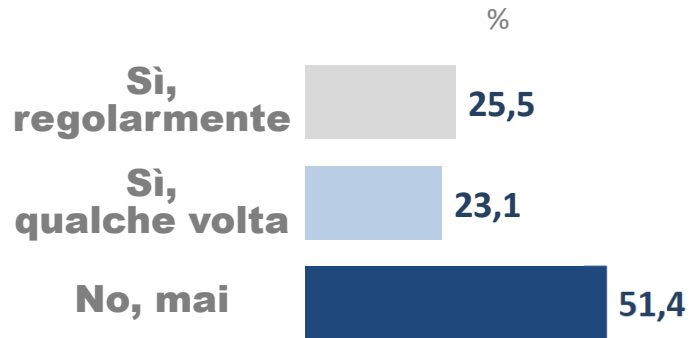
%



Utilizzo dell'acqua potabile



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



! 22 RISPOSTE

Tra gli utenti NON domestici il **50,0%** ha un consumo di acqua direttamente connesso all'attività produttiva

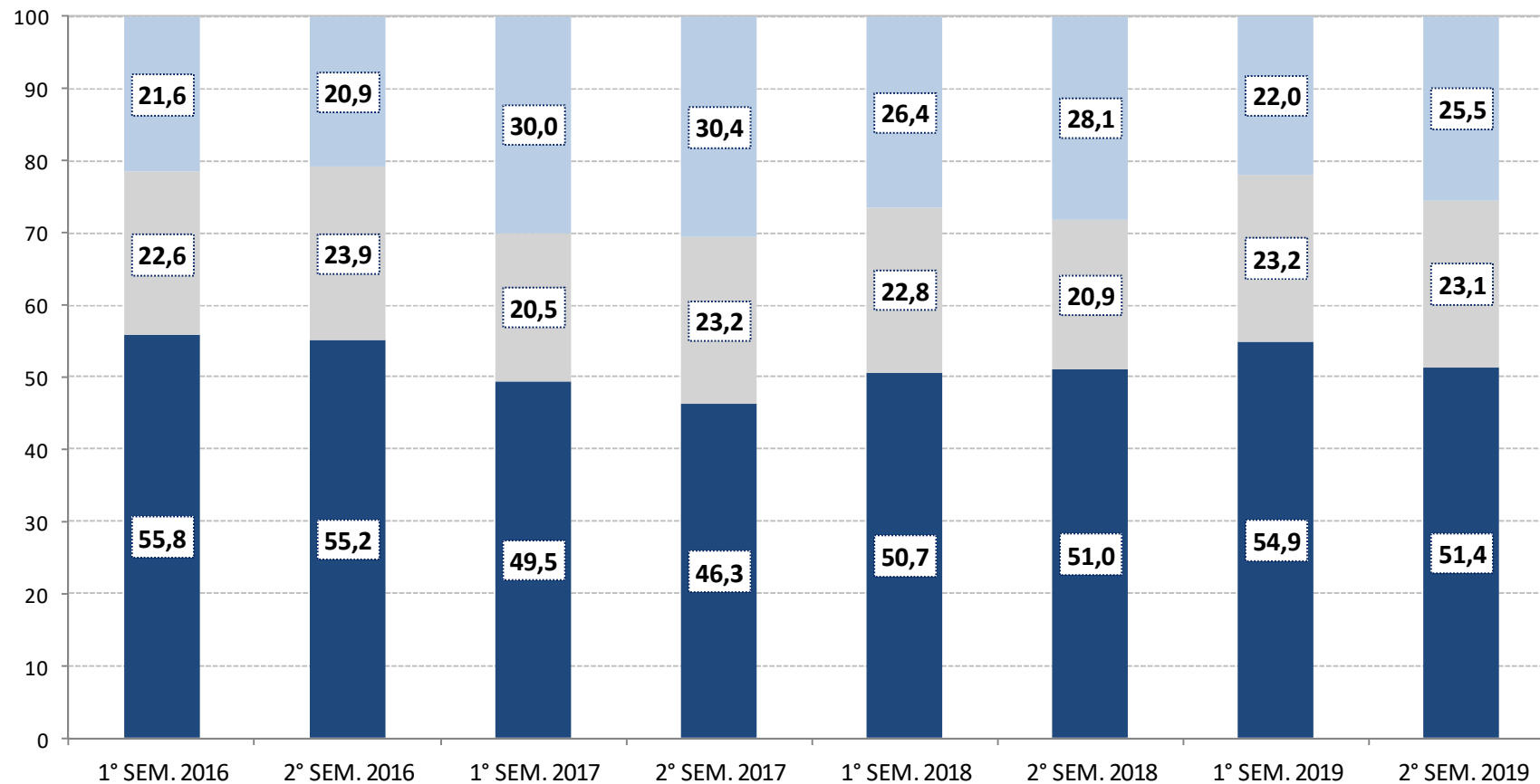
Utilizzo dell'acqua potabile



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

%

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



Indagine CAWI

Campione di 100 utenti UMBRA ACQUE SpA intervistati tramite questionario online

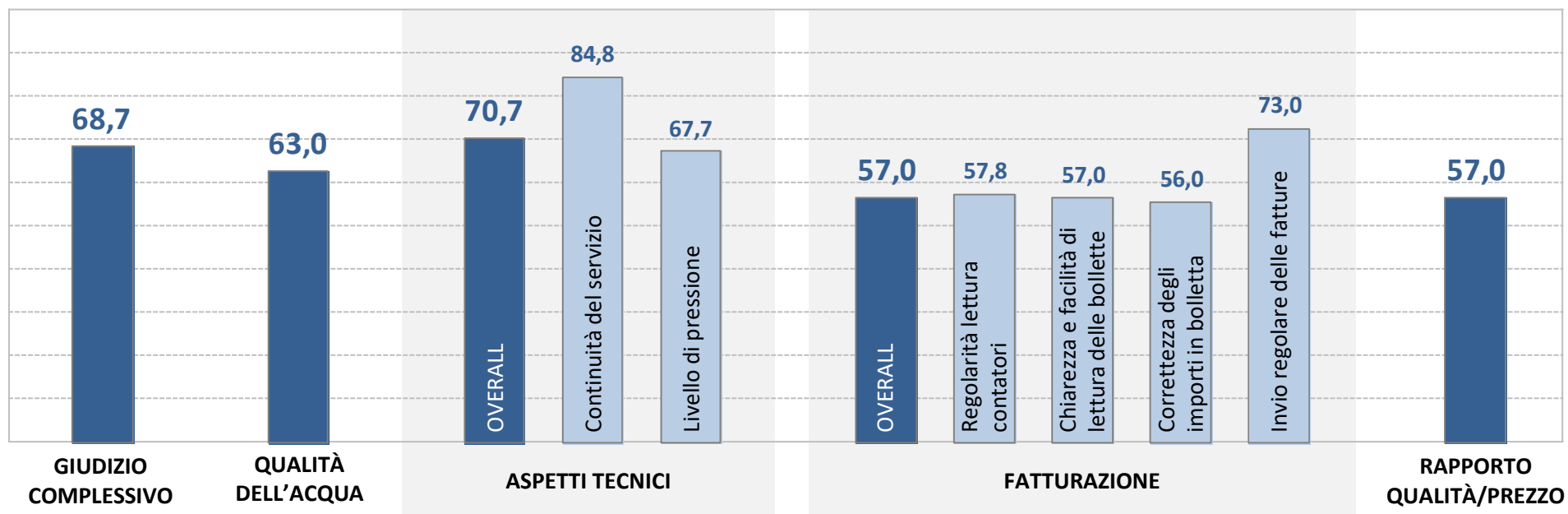
PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO

SESSO	UOMO	57,0%
	DONNA	43,0%
ETÀ	18-44 ANNI	37,0%
	45-54 ANNI	26,0%
	55 + ANNI	37,0%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE	91,8%
	INFERIORE	8,2%



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



Accredited
Company



MSPA[®]
MYSTERY SHOPPING
PROVIDERS ASSOCIATION

