



INDAGINE DI CUSTOMER
SATISFACTION
2° SEMESTRE 2023

ACQUEDOTTO DEL FIORA

	Pag.	Pag.
💧 La Customer Satisfaction in Acea	3	
💧 Metodologia	4	
💧 Profilo utenza e utilizzatori dei canali	7	
💧 Caratteristiche immobile	8	

CUSTOMER SATISFACTION INDEX 9

SEZIONE CUSTOMER SATISFACTION 11 (aree d'indagine comuni a tutte le società del Gruppo Acea)

💧 Giudizio complessivo sul servizio idrico	12
💧 Qualità dell'acqua	15
💧 Aspetti tecnici del servizio	17
💧 Fatturazione	20
💧 Rapporto qualità prezzo	25
💧 Segnalazione guasti	27
💧 Intervento tecnico	30
💧 Numero Verde Commerciale	33
💧 Sportello	37
💧 Area Clienti My Fiora	41
💧 Sito internet	44

SEZIONE OPEN 47 (aree di approfondimento su temi d'interesse della società)

💧 Aspetti da migliorare	48
💧 Servizio di videochiamata	49
💧 Numero Verde Commerciale	50
💧 Sportello	51
💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	52
💧 Area Clienti My Fiora	53
💧 App My Fiora	54
💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	55
💧 Utilizzo dell'acqua potabile	56
💧 Comunicazione da parte dell'azienda	58
💧 Temi e canali di comunicazione	59

APPROFONDIMENTO PARAMETRICO 60

La Customer Satisfaction in Acea

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

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

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

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

L'attività di coordinamento all'interno di ACEA è svolta dalla Funzione Communication & Media Relations - Unità Stakeholder e Qualità Percepita, in costante collaborazione con le Società interessate.

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

Metodologia: target e strumenti d'indagine

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

Hanno partecipato all'indagine **2.001 clienti** della società: la raccolta dei dati è avvenuta da agosto 2023 a gennaio 2024 con rilevazioni mensili.

Le popolazioni di riferimento sono rappresentate:

- ❑ **DALLE UTENZE DOMESTICHE DIRETTE PRESENTI NEI COMUNI RICADENTI NELL'AMBITO TERRITORIALE OTTIMALE – TOSCANA OMBRONE;**
- ❑ **DAI CLIENTI CHE NEL PERIODO PRECEDENTE LA RILEVAZIONE HANNO CONTATTATO ADF PER SEGNALAZIONI O RICHIESTE.**

La raccolta dei dati avviene in modalità:

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

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

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

Metodologia: struttura d'indagine

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

- Q **901** interviste rivolte a **clienti domestici con utenza diretta**, XXX in modalità CATI e XXX CAWI (**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 **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli** (**call back sportelli fisici**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno ricevuto un intervento tecnico** (**call back intervento tecnico**)
 - Q **300** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati all'Area Clienti My Fiora**, 201 in modalità CATI e 100 CAWI (**call back Area Clienti My Fiora**)
- *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate CATI sul campione generale di 900 casi è pari a +/- 3,27 punti percentuali, al 95% di probabilità.*

Metodologia: campione per area

Per la definizione del campione di clienti domestici con utenza diretta sono state prese in considerazione 3 aree territoriali. I campioni territoriali sono rappresentativi del peso effettivo di ciascuna zona (n° utenze).

L'elenco delle utenze è stato fornito da AdF.



AREA CLIENTI domestici	CAMPIONE n° interviste	% AREA
AREA COSTA	373	41,4
AREA MONTANA	183	20,3
AREA SENESE	345	38,3

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

Profilo utenza e utilizzatori dei canali



%

**UTENZA
GENERALE**

**SEGNALAZIONE
GUASTI**

**INTERVENTO
TECNICO**

**NUMERO VERDE
COMMERCIALE**

SPORTELLO

**AREA CLIENTI
MY FIORA**

UOMO	52,6	59,0	56,5	45,5	57,0	60,3
DONNA	47,4	41,0	43,5	54,5	43,0	39,7
18-34 ANNI	3,2	5,1	0,5	8,1	2,0	9,1
35-44 ANNI	11,0	15,3	9,2	12,2	25,5	21,9
45-54 ANNI	20,4	31,1	23,5	27,6	30,1	39,1
55-64 ANNI	21,1	20,4	29,6	28,6	23,0	17,5
65 + ANNI	44,3	28,1	23,5	23,5	19,4	12,5
ISTRUZIONE SUPERIORE	61,0	72,2	78,1	75,6	74,5	84,7
ISTRUZIONE INFERIORE	39,0	27,8	21,9	24,4	25,5	15,3
LAVORATORE DIPENDENTE	37,9	51,5	51,8	51,3	49	57,1
LAVORATORE AUTONOMO	9,6	11,1	24,4	17,3	20,5	20,4
DISOCCUPATO – IN CERCA	1,7	1	05	0	0	1,4
PENSIONATO	41,1	23,2	12,2	18,3	18,5	13,3
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	9,8	13,1	11,2	13,2	12	7,9

Caratteristiche immobile

UBICAZIONE IMMOBILE



CONDOMINIO

64,6%



UNITÀ INDIPENDENTE

35,4%

UBICAZIONE
CONTATORE



DENTRO L'ABITAZIONE

22,8%

FUORI L'ABITAZIONE

77,2%

Customer Satisfaction Index (CSI)

→ CSI PARZIALI

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

→ CSI COMPLESSIVO

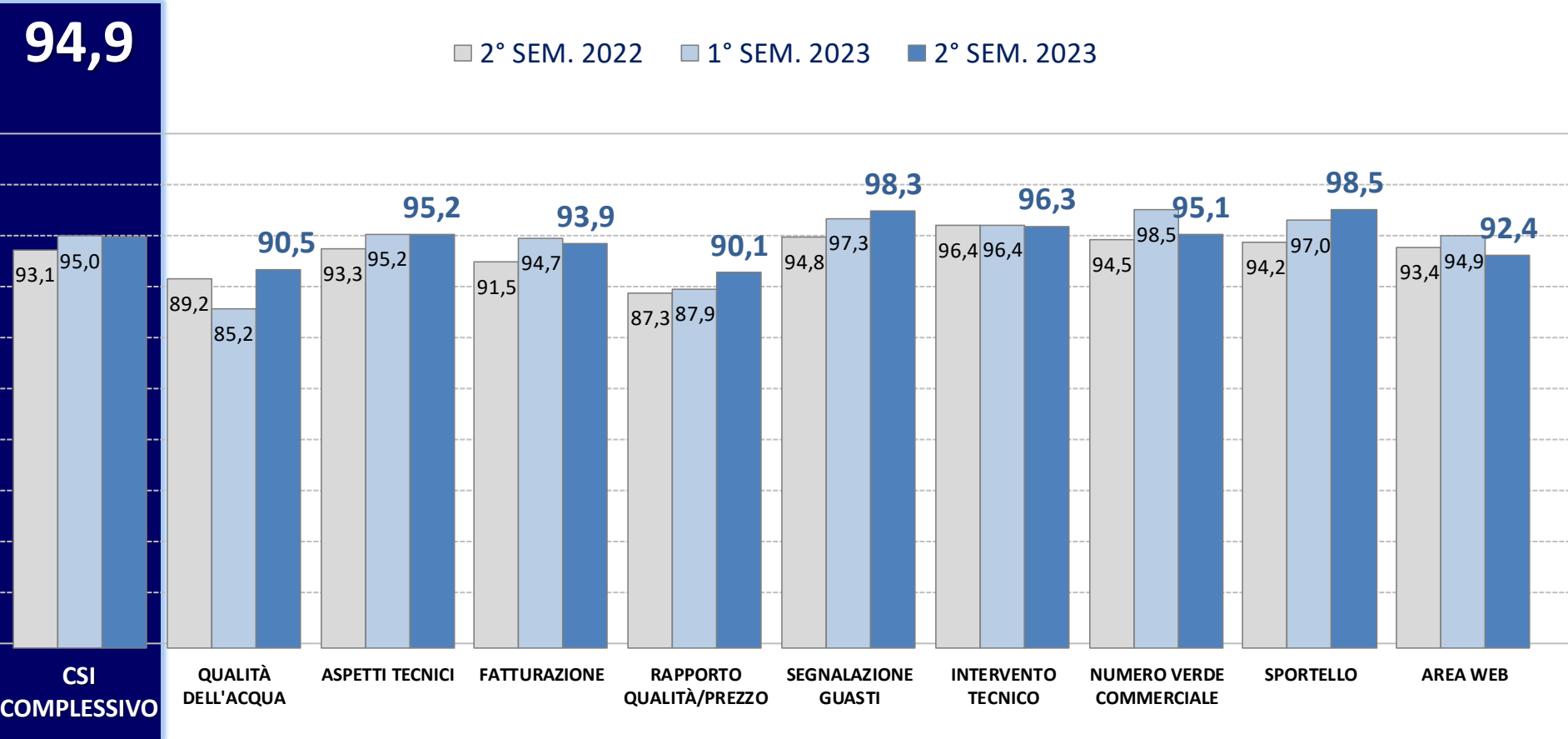
Media ponderata fra i CSI parziali. I pesi sono stati modificati a partire dal primo semestre 2023, a seguito di un progetto di ridefinizione del modello di calcolo, che ha coinvolto clienti e rappresentanti delle società campione.

In formula:

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



CSI – Customer Satisfaction Index



95,2
(CSI fino al 2022)

Sezione Customer Satisfaction

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

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

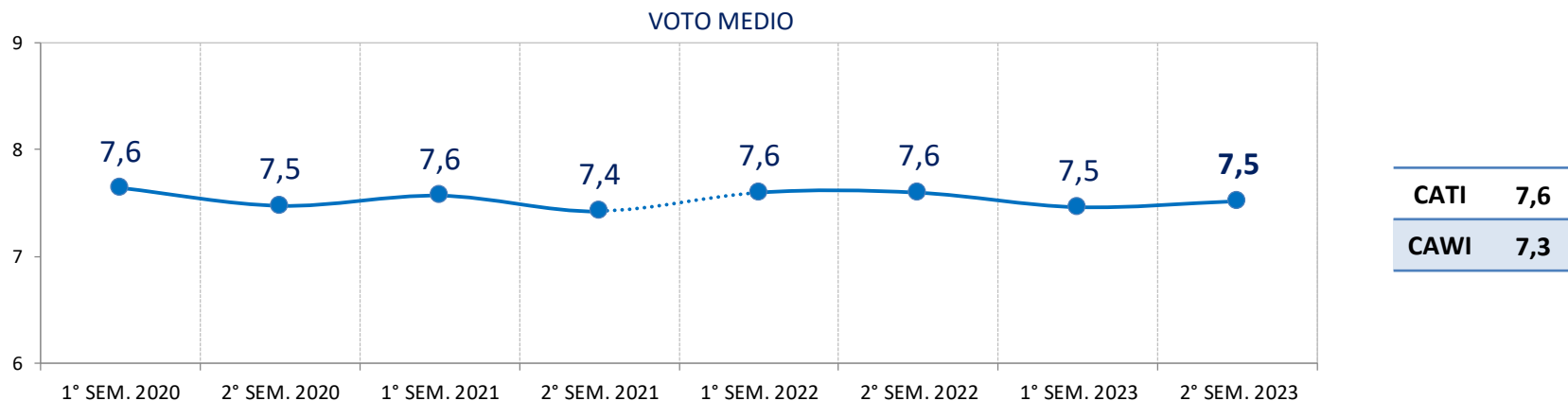
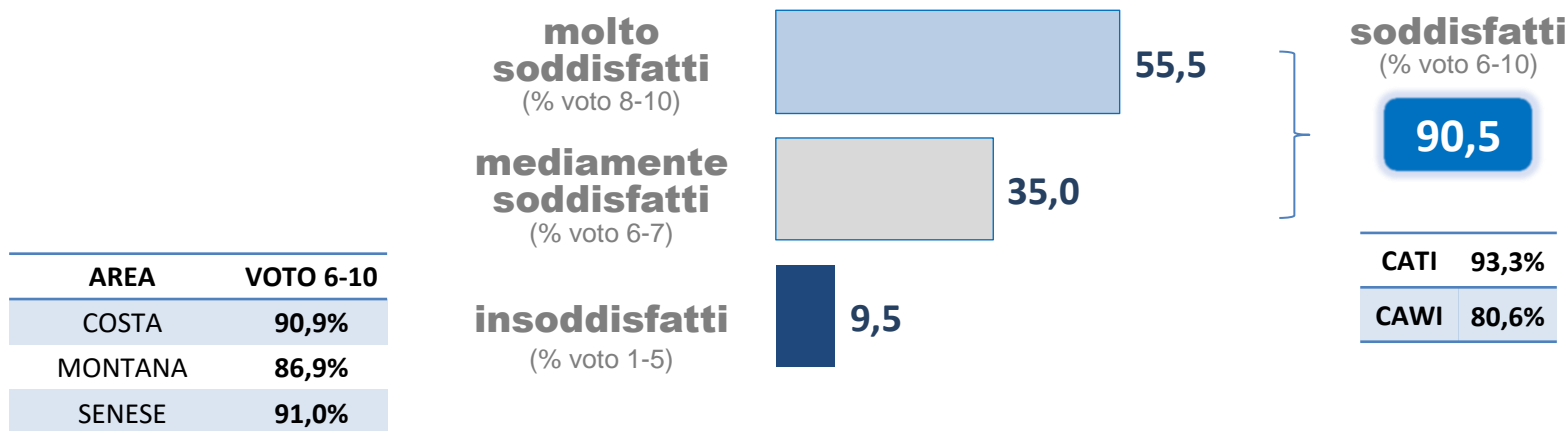
- **GIUDIZIO COMPLESSIVO:** giudizio dell'utente sul servizio fornito da GEAL espresso con un voto da 1 a 10 dove 1 significa pessimo e 10 ottimo
- **GIUDIZIO SUGLI ASPETTI:** giudizi degli utenti sui singoli aspetti costituenti il servizio espresso con un voto da 1 a 10 dove 1 significa pessimo e 10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

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



Giudizio complessivo sul servizio idrico

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

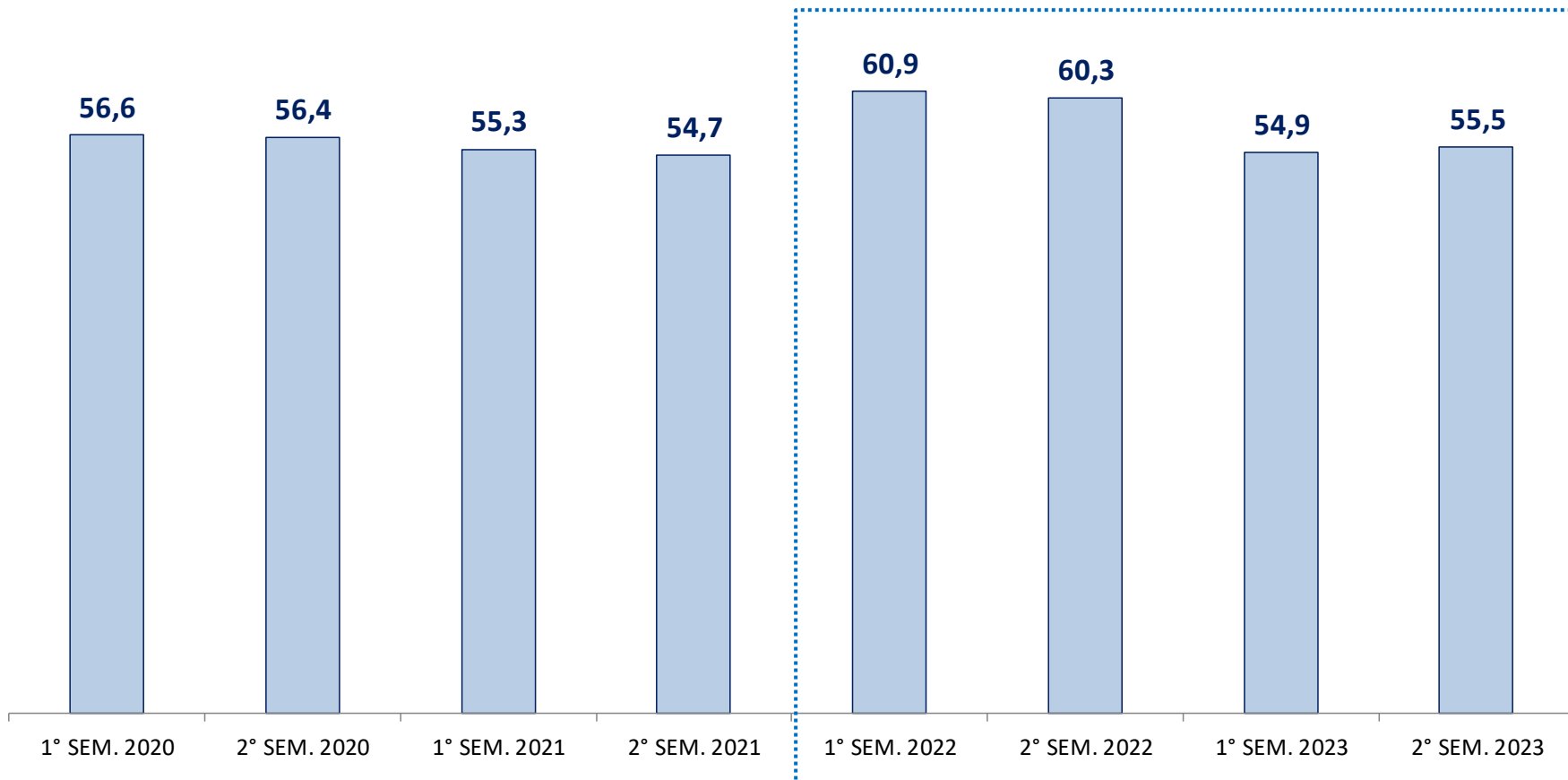


Giudizio complessivo sul servizio idrico

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

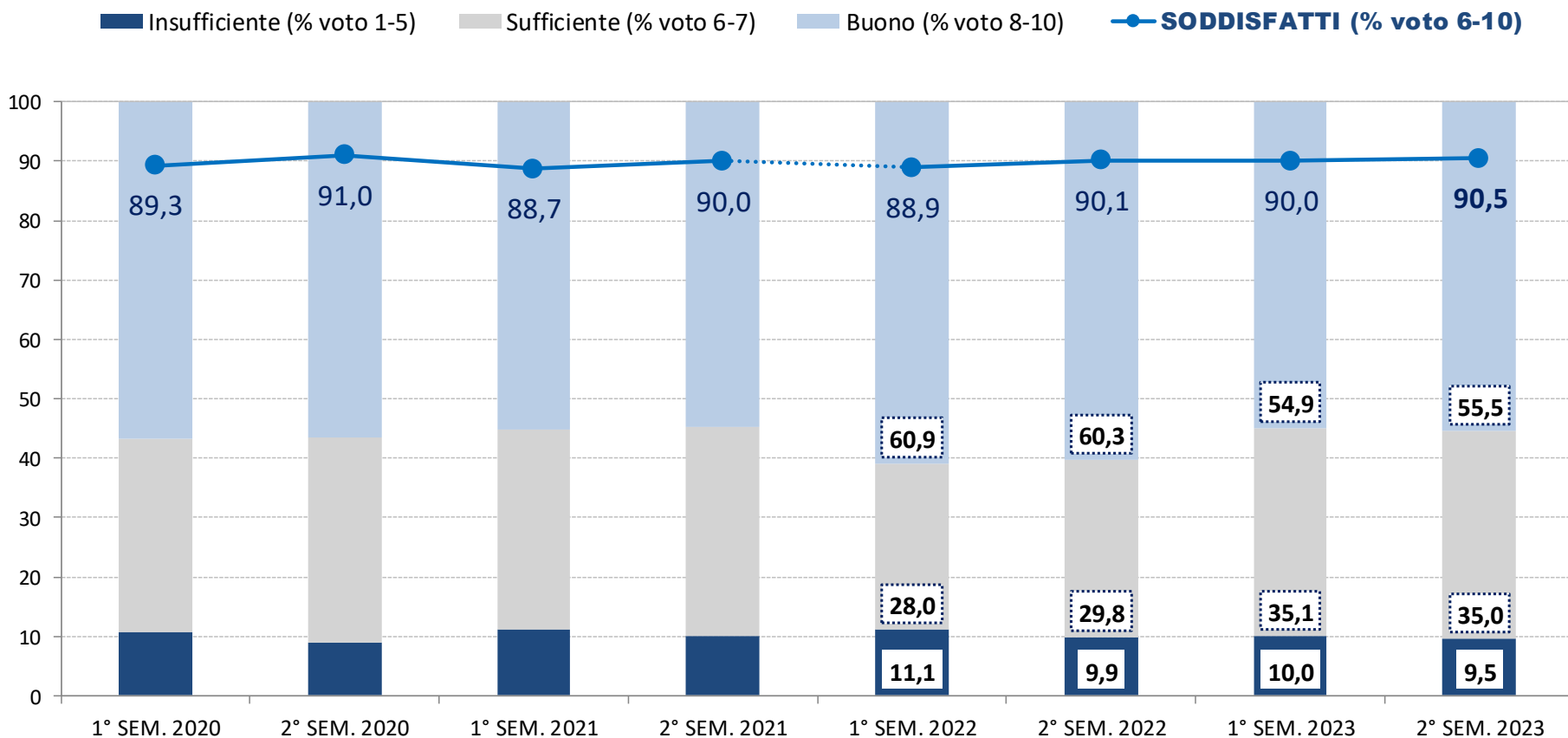
molto soddisfatti

(% voto 8-10)



Giudizio complessivo sul servizio idrico

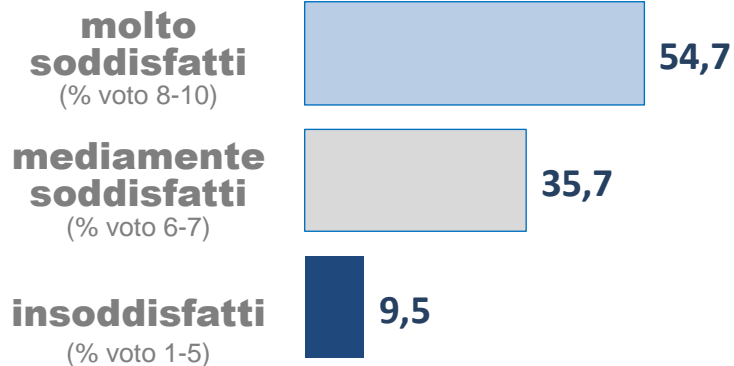
“Per cominciare, può esprimere il suo giudizio globale su AdF, pensando agli ultimi 6 mesi, dando un voto da 1 a 10?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Qualità dell'acqua

“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

CONSUMO DI ACQUA	VOTO 8-10
Regolare	60,4%
Mai	19,1%

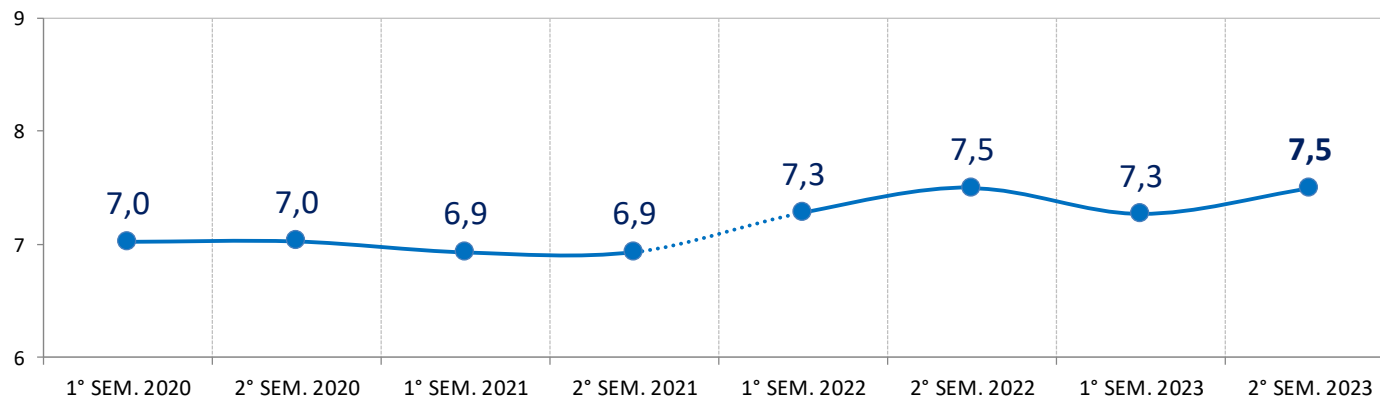


soddisfatti
(% voto 6-10)

90,5

CATI	92,0%
CAWI	85,1%

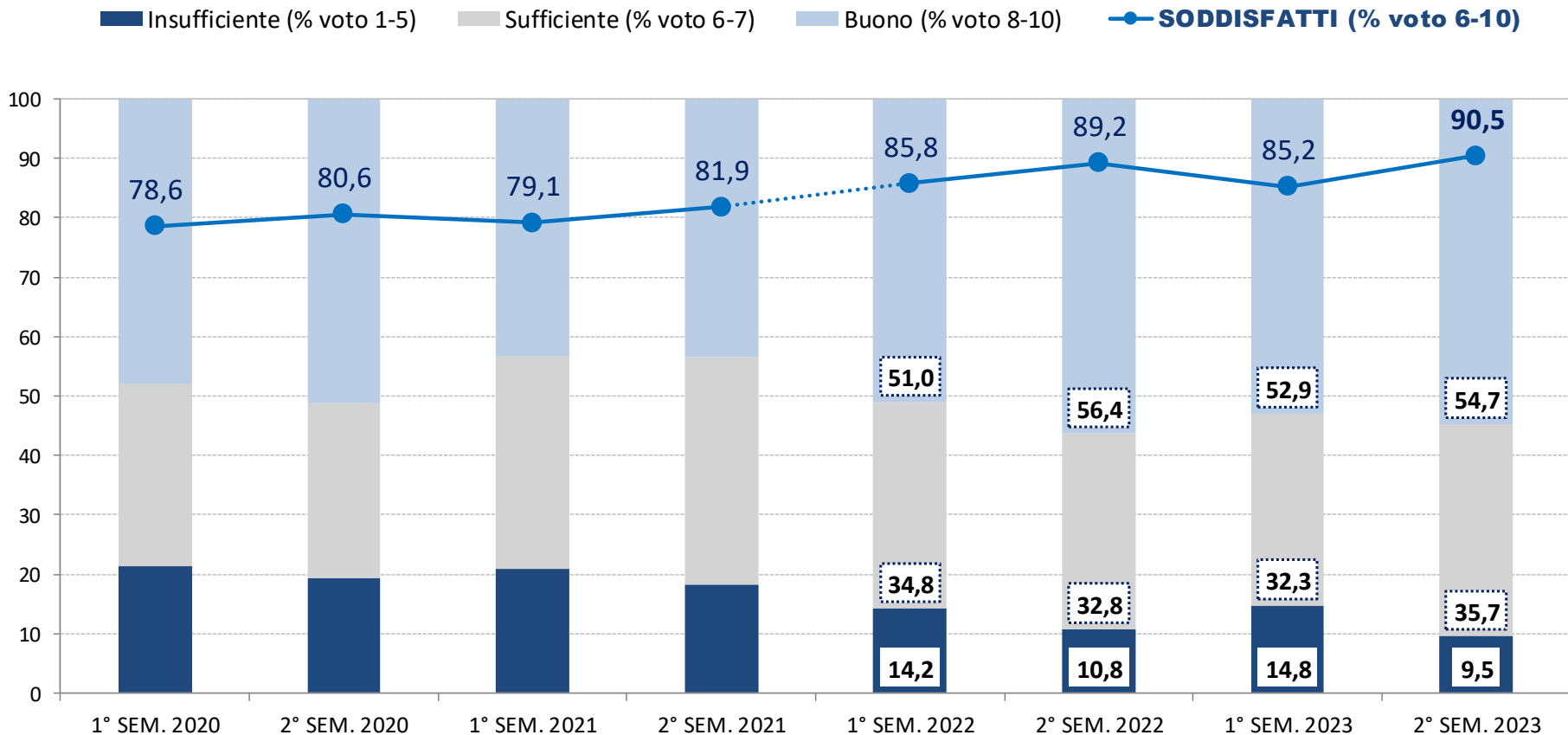
VOTO MEDIO



CATI	7,5
CAWI	7,4

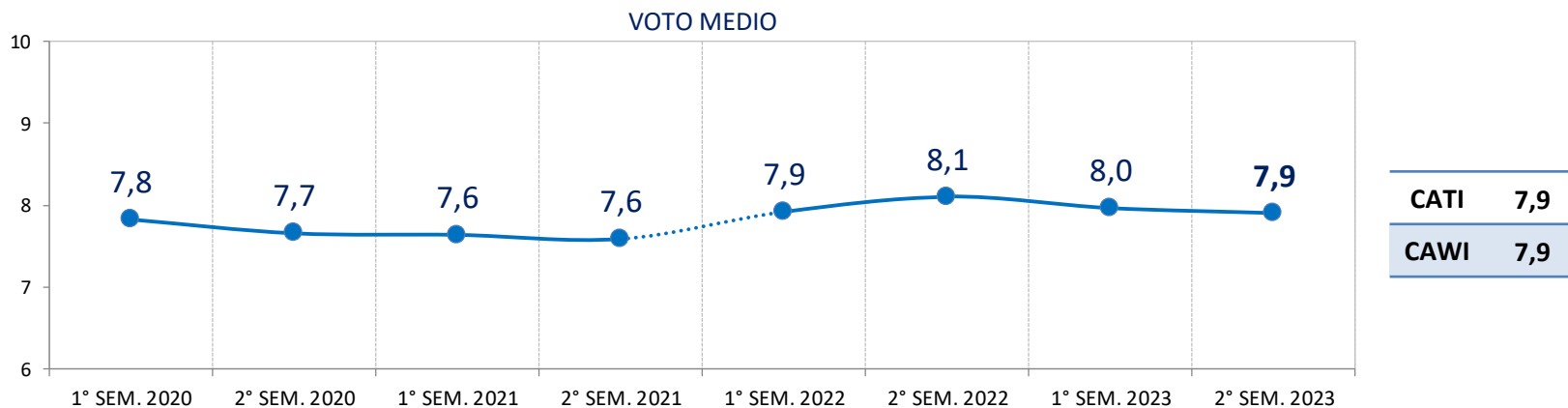
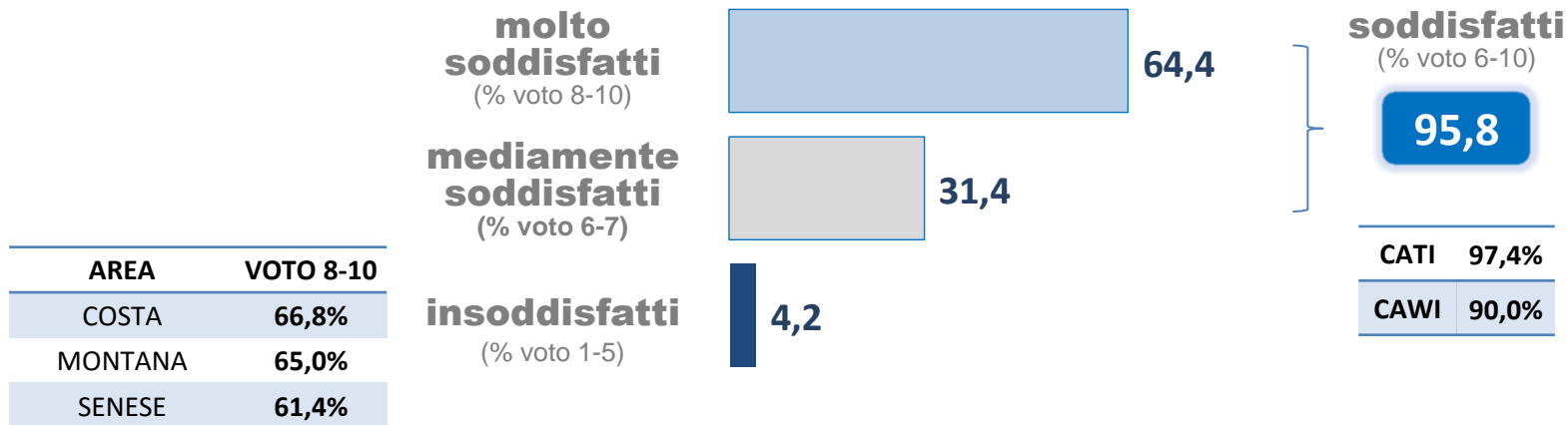
Qualità dell'acqua

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



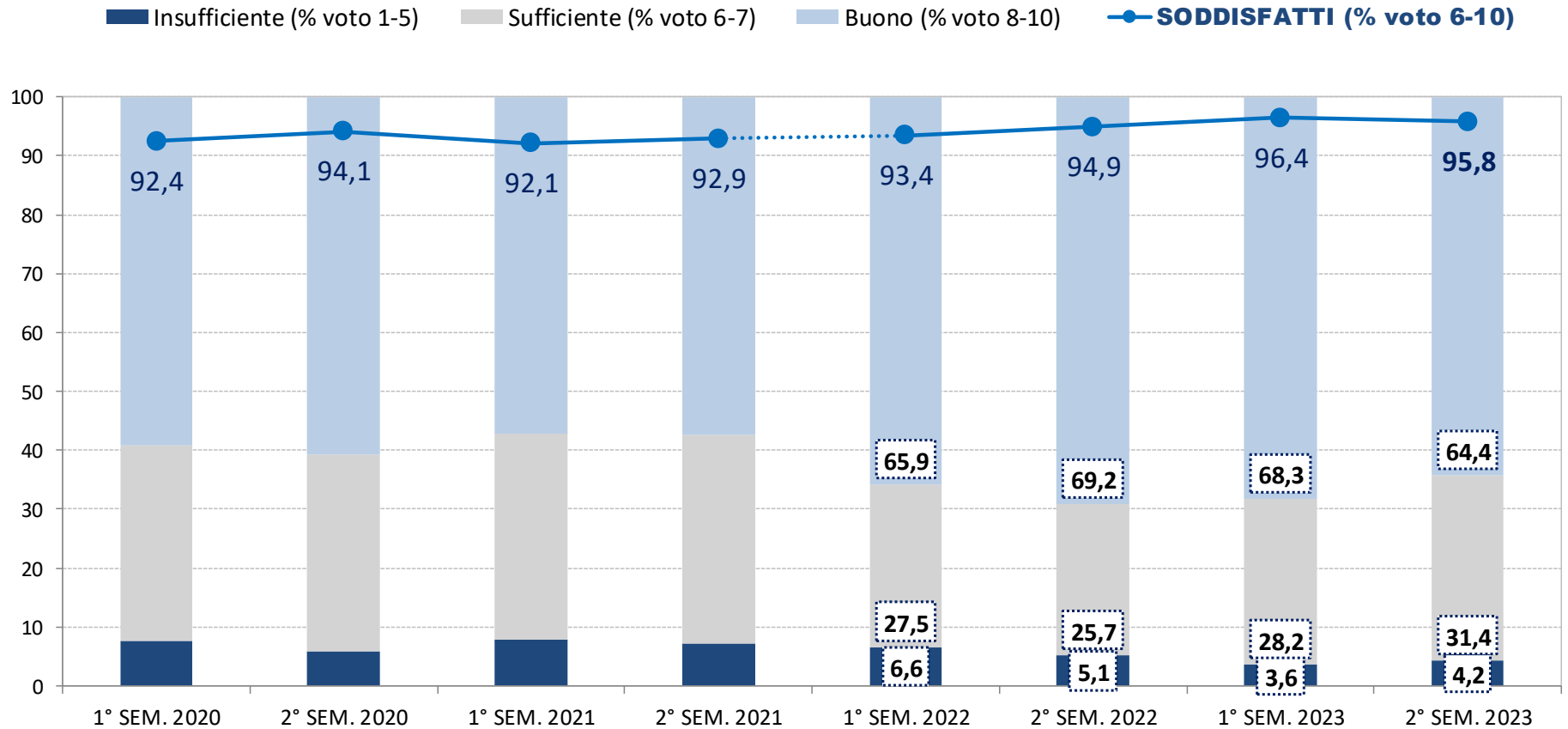
Aspetti tecnici del servizio

“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF?
Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti.”
[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 AdF?”
[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]

“Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti”

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

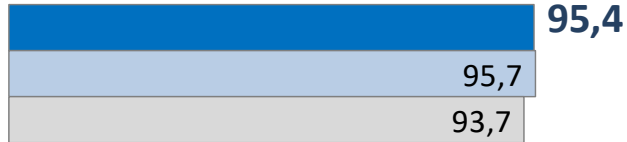
■ 2° SEM. 2023 ■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

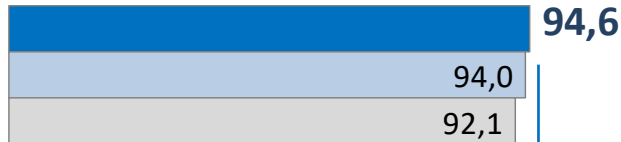
CONTINUITÀ
DEL SERVIZIO



7,9

74,5

LIVELLO DI
PRESSIONE ACQUA



7,8

25,5

CONDOMINIO



95,9%

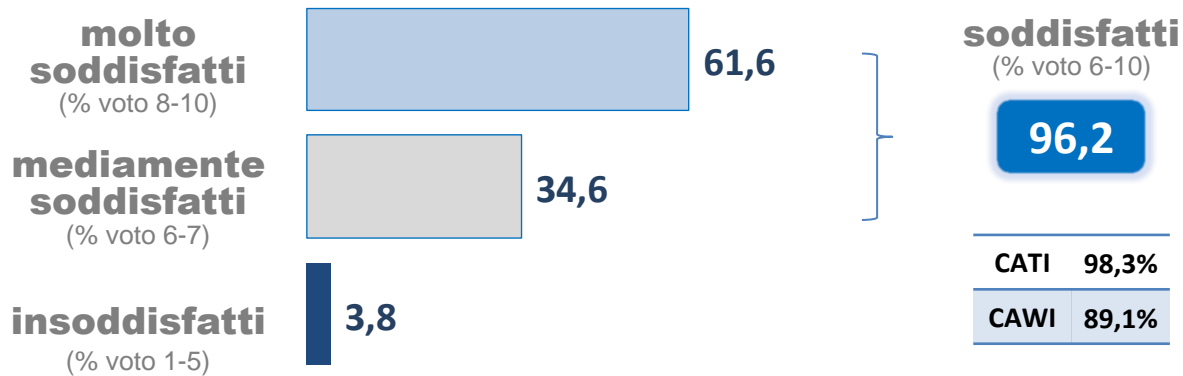
UNITÀ INDIPENDENTE



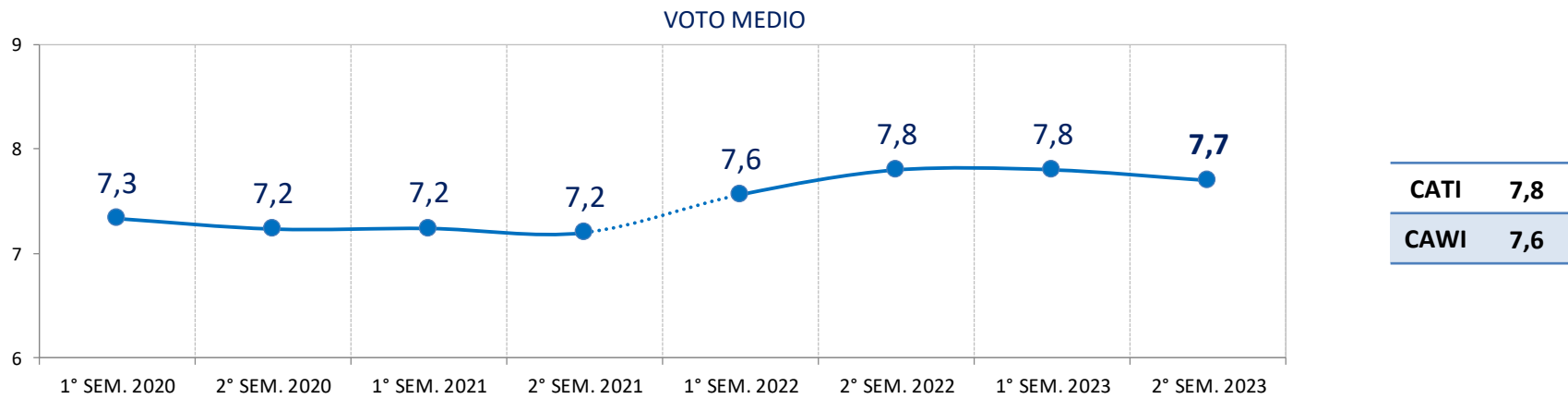
92,2%

Fatturazione

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

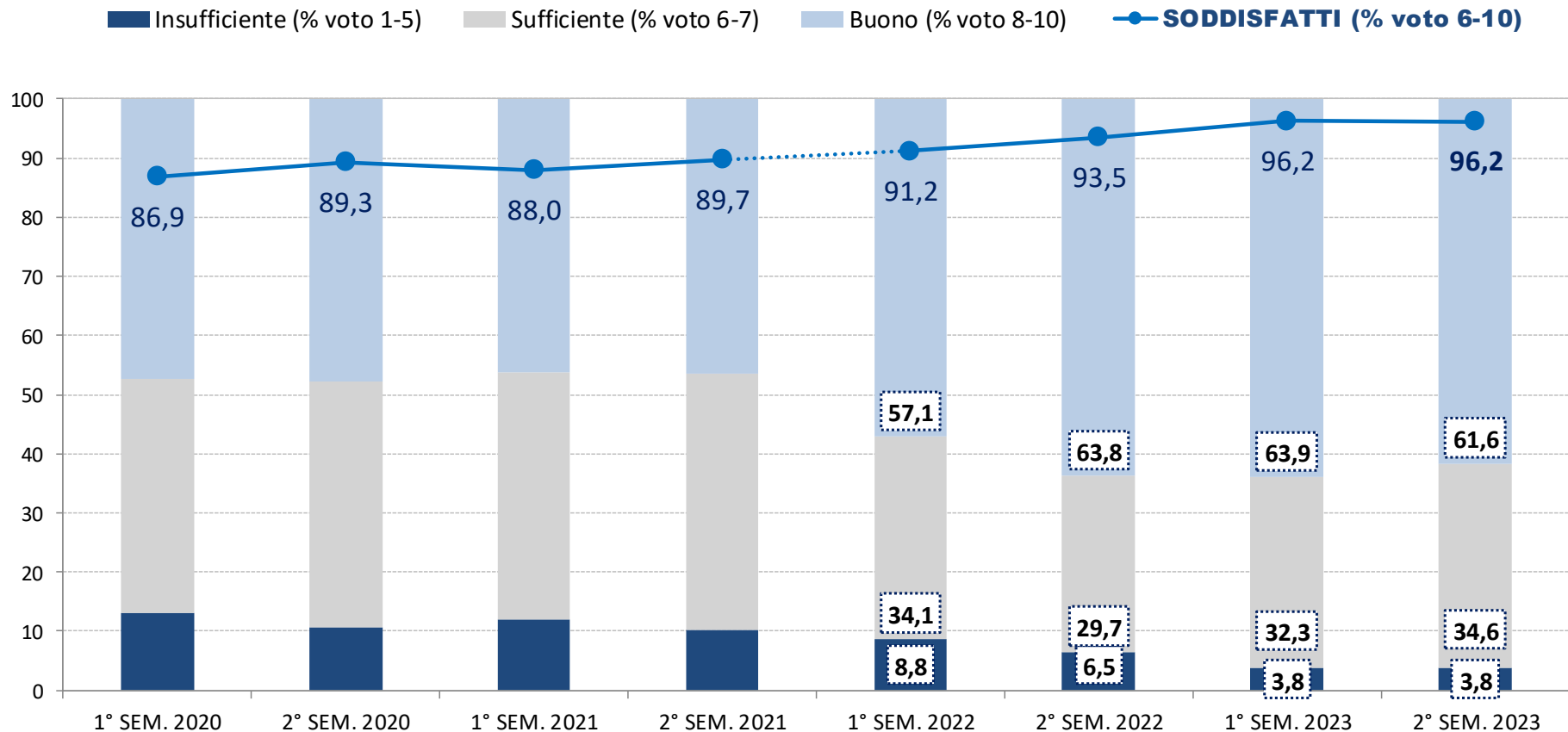


GENERE	VOTO 6-10
UOMO	96,4%
DONNA	96,0%



Fatturazione

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



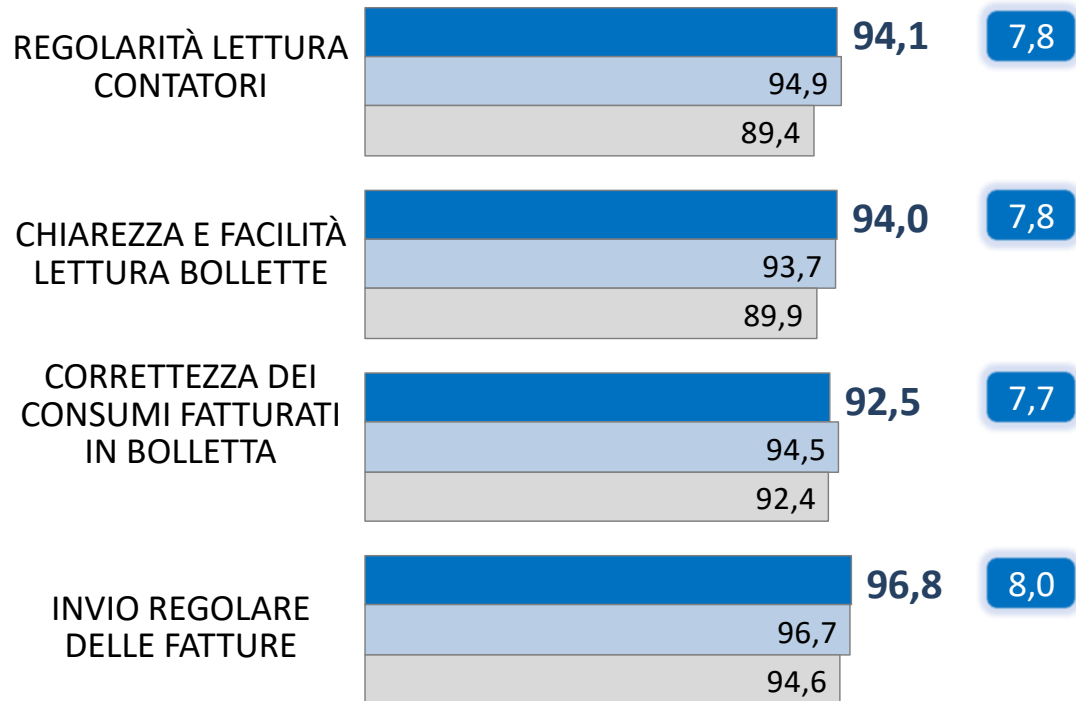
Fatturazione - indicatori di performance

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

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

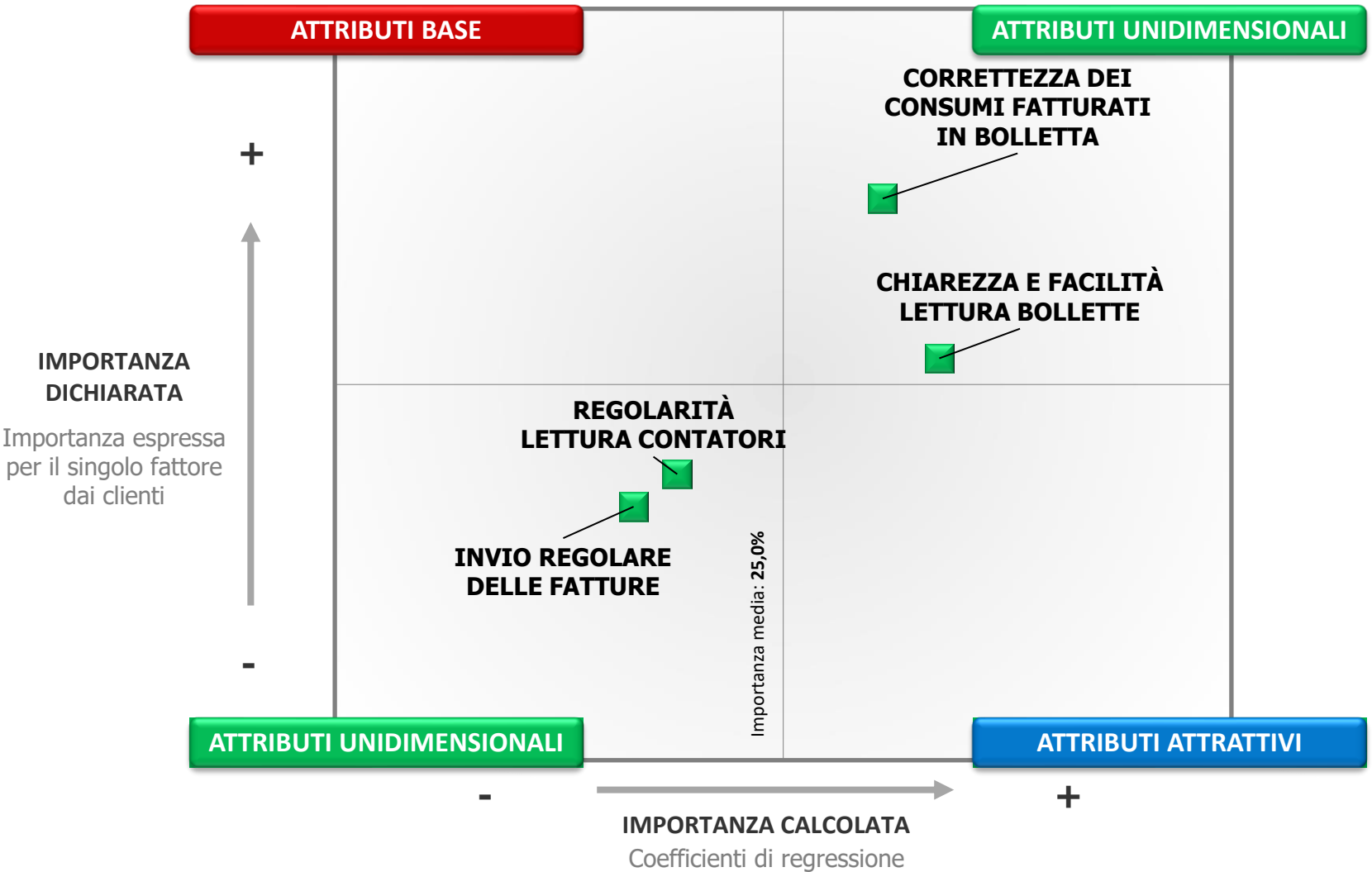


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

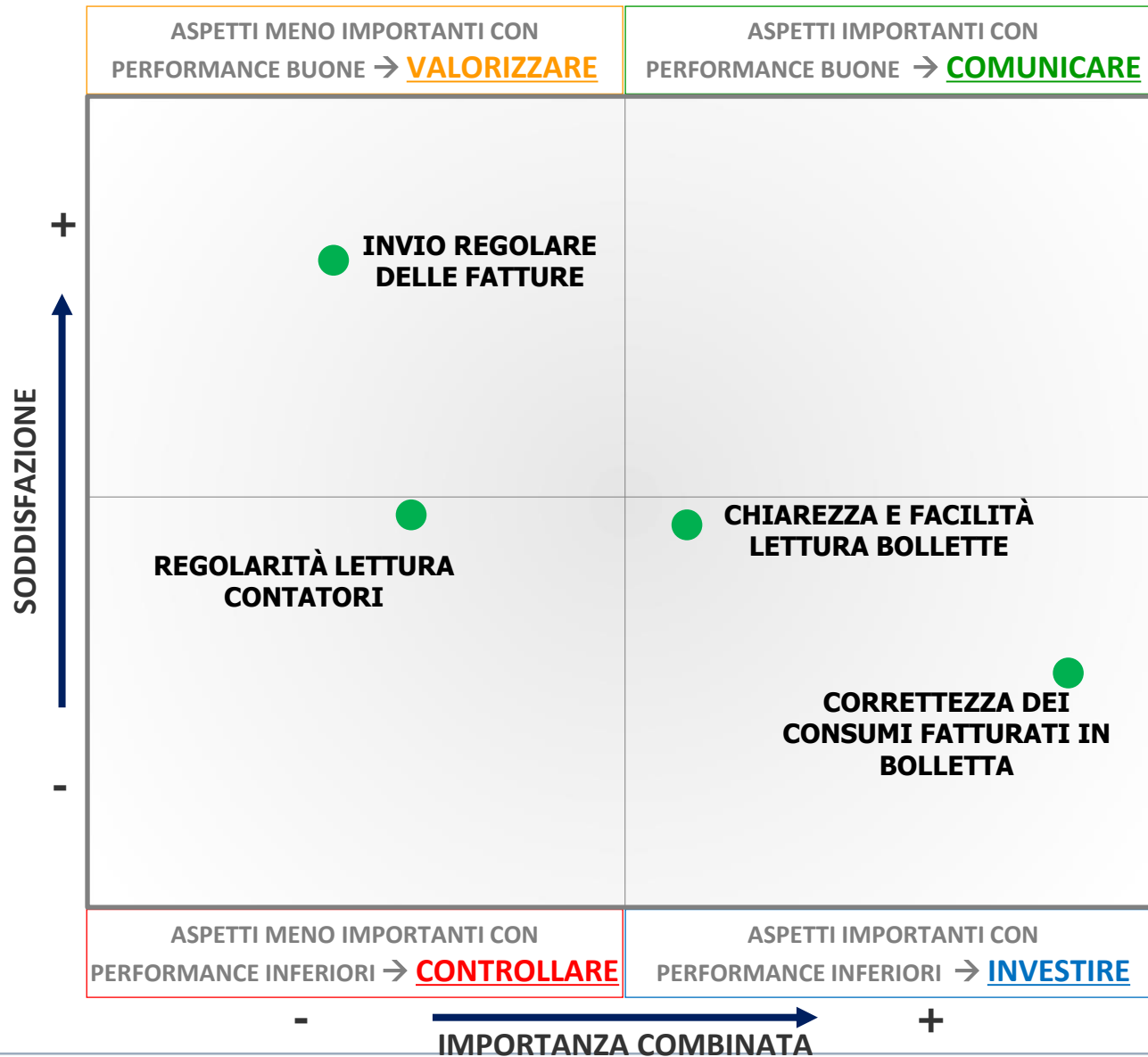


Fatturazione: diagramma doppia importanza



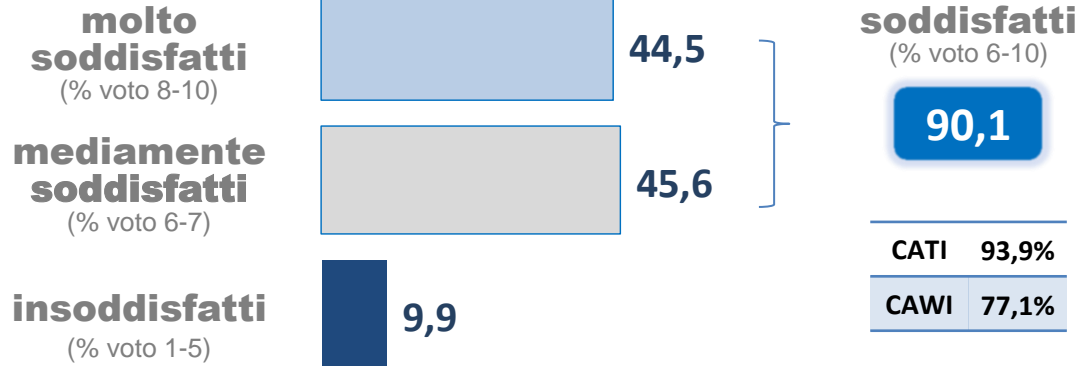
- **Attributi di base:** costituiscono prerequisiti del servizio non richiesti esplicitamente, se non sono soddisfatti generano insoddisfazione
- **Attributi Unidimensionali o Lineari:** richiesti dai clienti, il livello di soddisfazione è proporzionale al livello di appagamento
- **Attributi Attrattivi:**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

Fatturazione: punti di forza e priorità di intervento

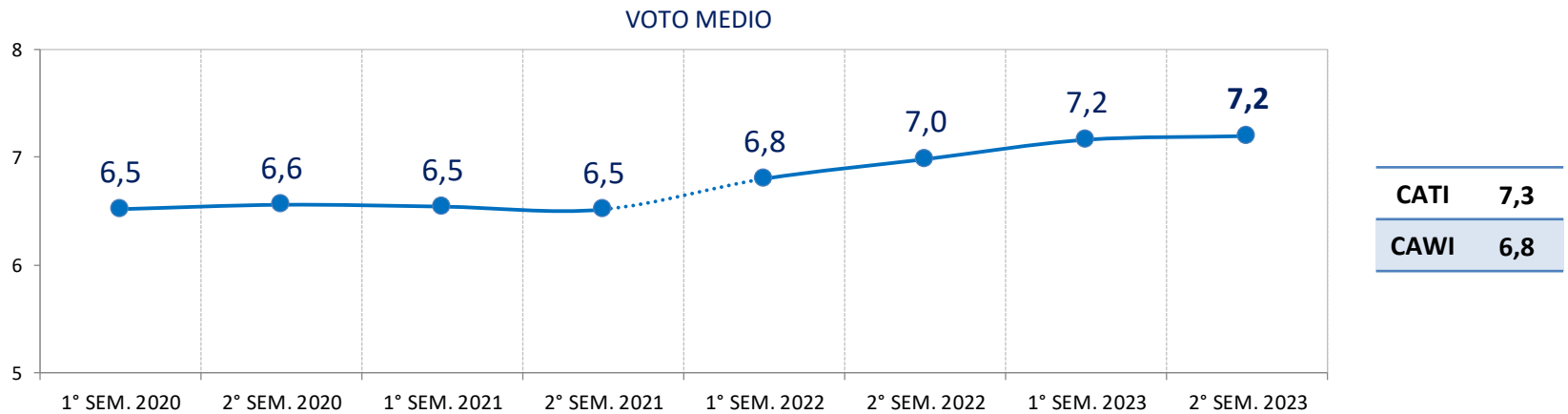


Rapporto qualità prezzo

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

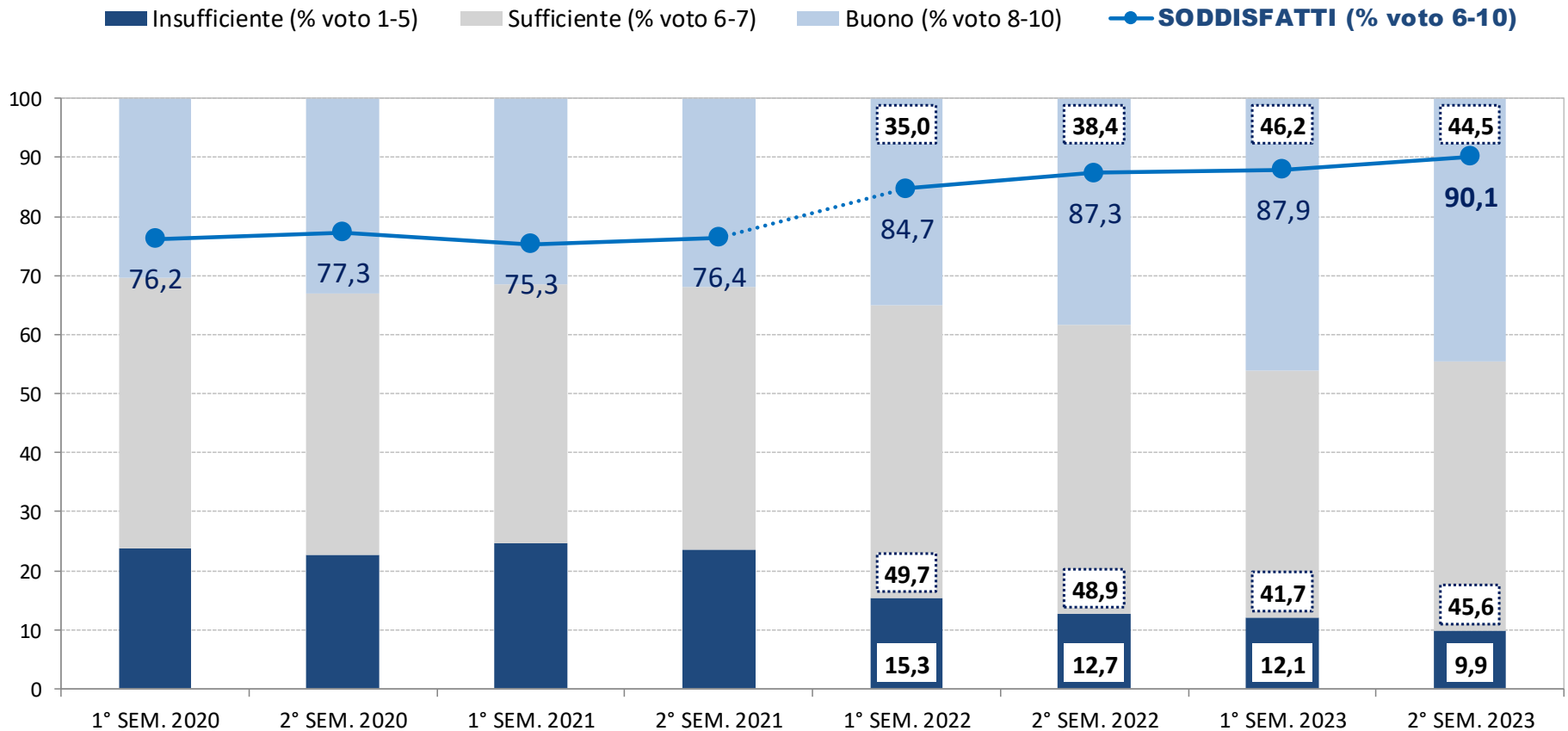


GENERE	VOTO 6-10
UOMO	90,9%
DONNA	89,2%



Rapporto qualità prezzo

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



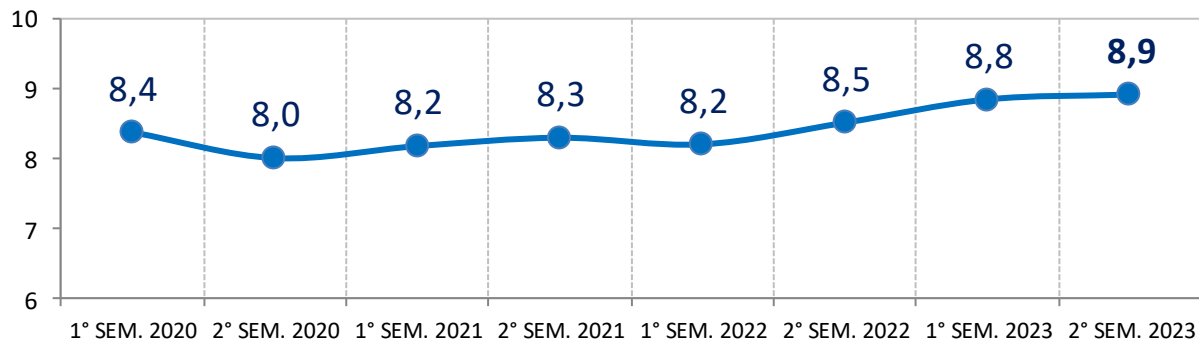
Segnalazione guasti

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



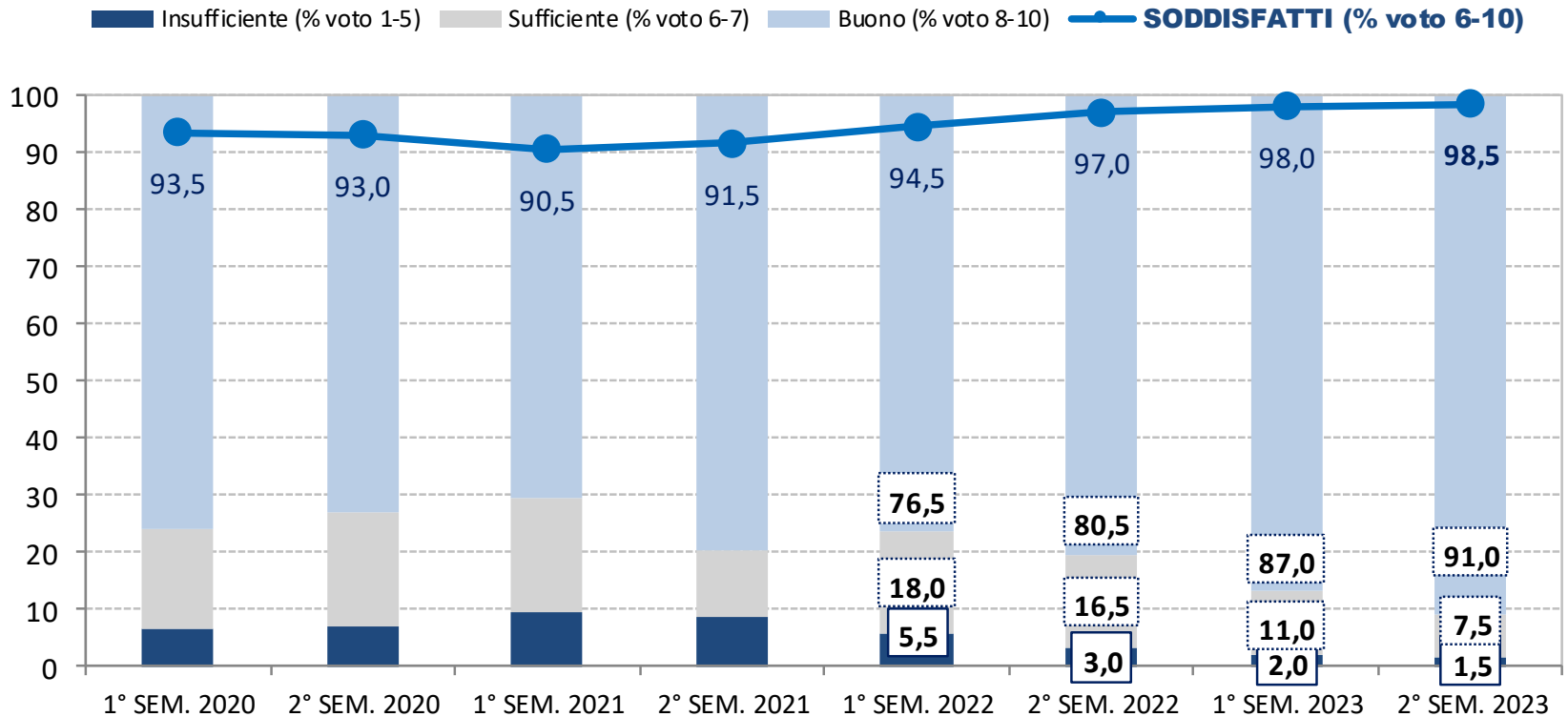
Nell'**92,3%** delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio
[89,1%, 1° SEM. 2023]

VOTO MEDIO



Segnalazione guasti

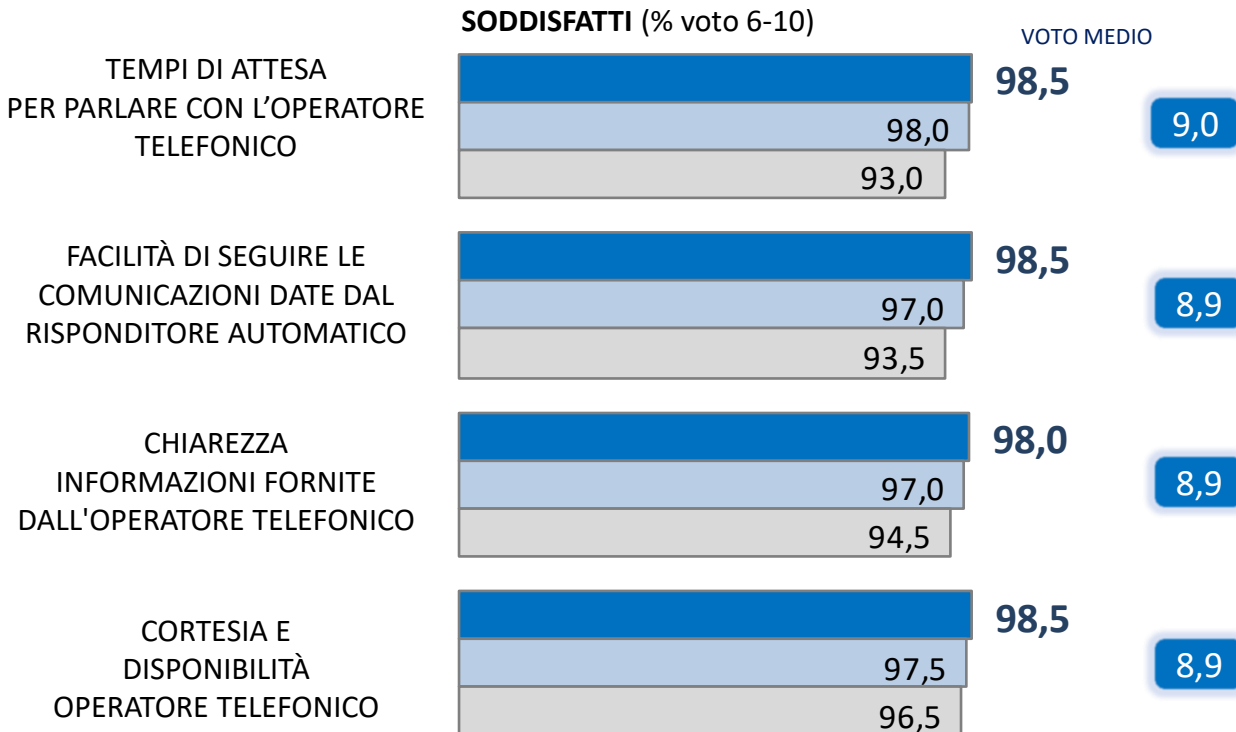
“Considerando complessivamente la relazione telefonica, che voto dà al Call Center Guasti di AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Segnalazione guasti: indicatori performance

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

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



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

IMPORTANZA (% di citazione)

18,0

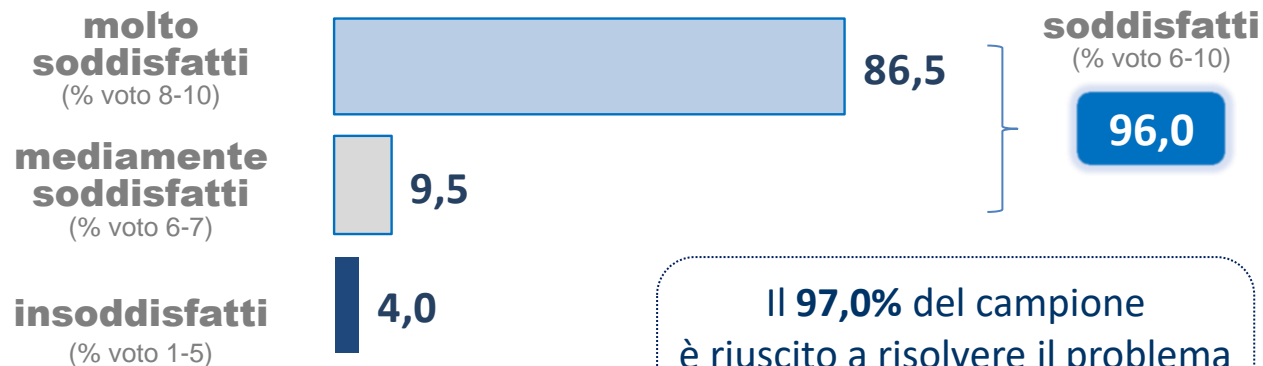
17,0

64,0

64,5

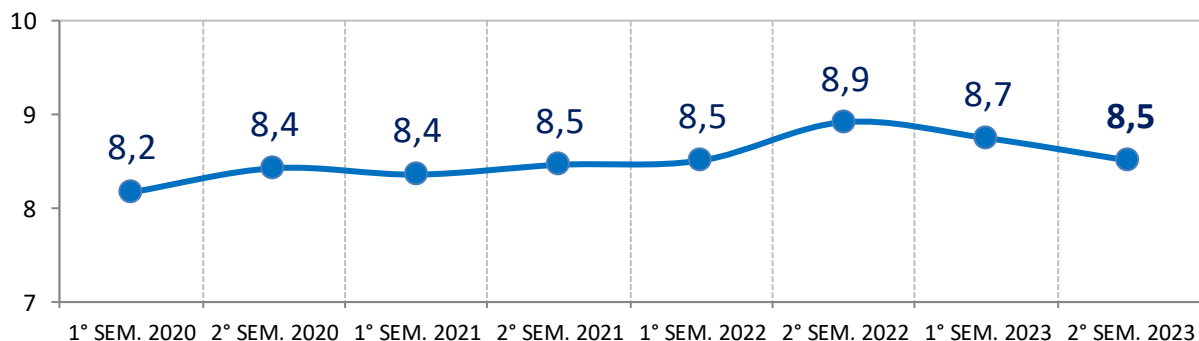
Intervento tecnico

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



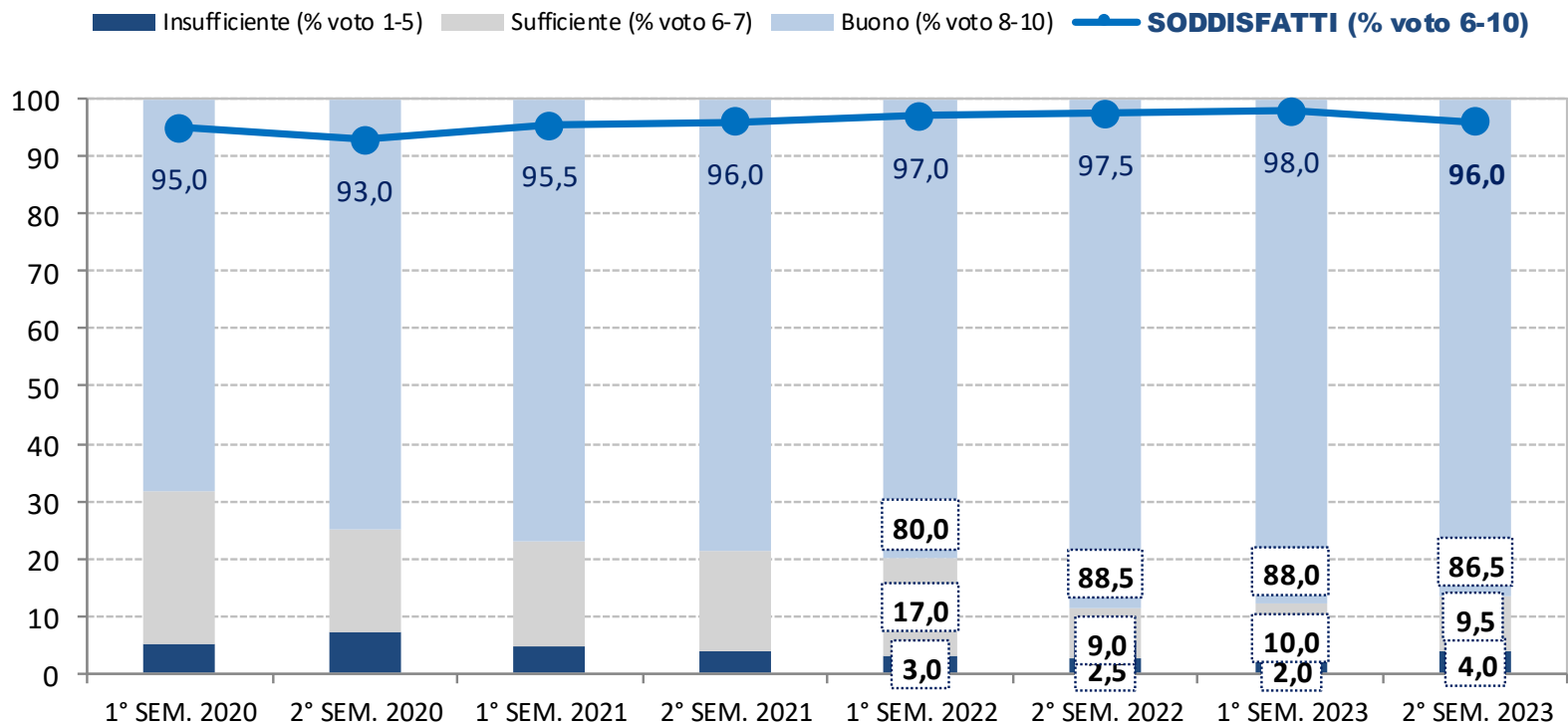
Il **97,0%** del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l'intervento tecnico
[99,0%, 1° SEM. 2023]

VOTO MEDIO



Intervento tecnico

“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”
[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]

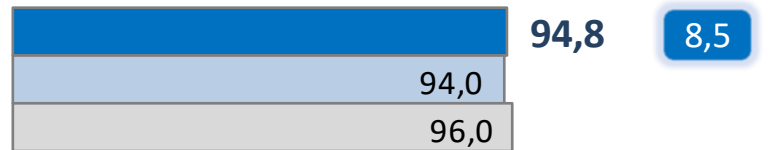
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

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

SODDISFATTI (% voto 6-10) **VOTO MEDIO**

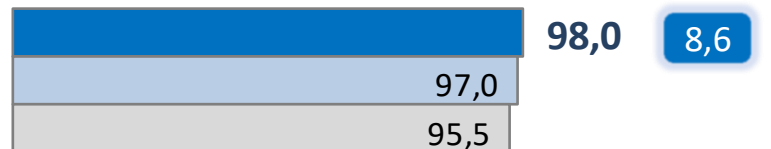
IMPORTANZA (% di citazione)

RAPIDITÀ DI INTERVENTO
DOPO LA RICHIESTA



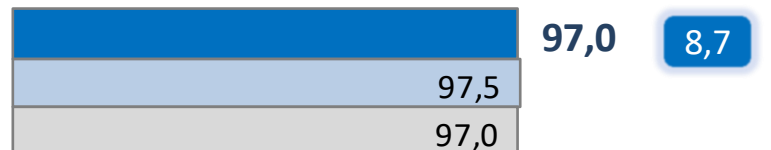
40,0

RISPETTO DEGLI ORARI
DEGLI APPUNTAMENTI
DA PARTE DEI TECNICI



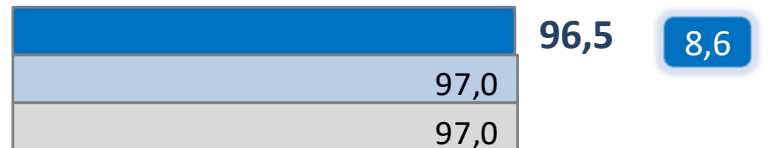
14,0

CORTESIA E
DISPONIBILITÀ
DEI TECNICI



39,5

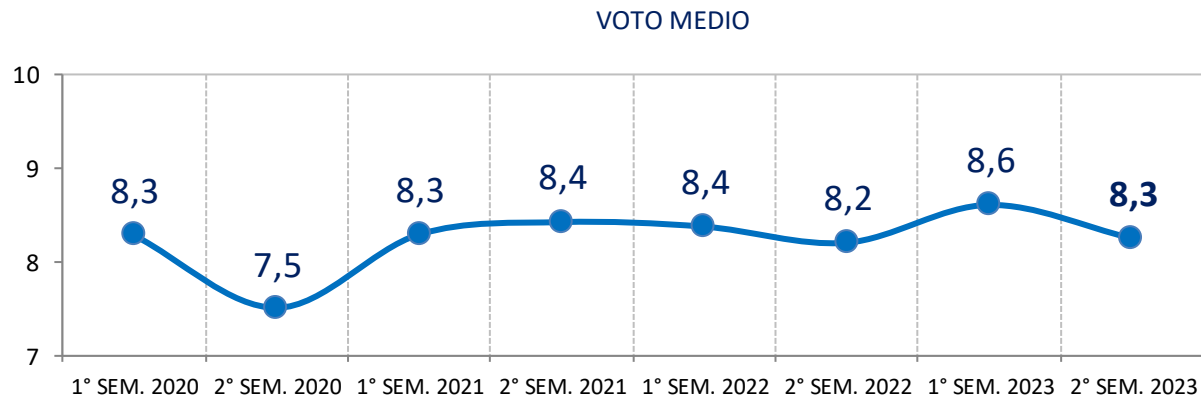
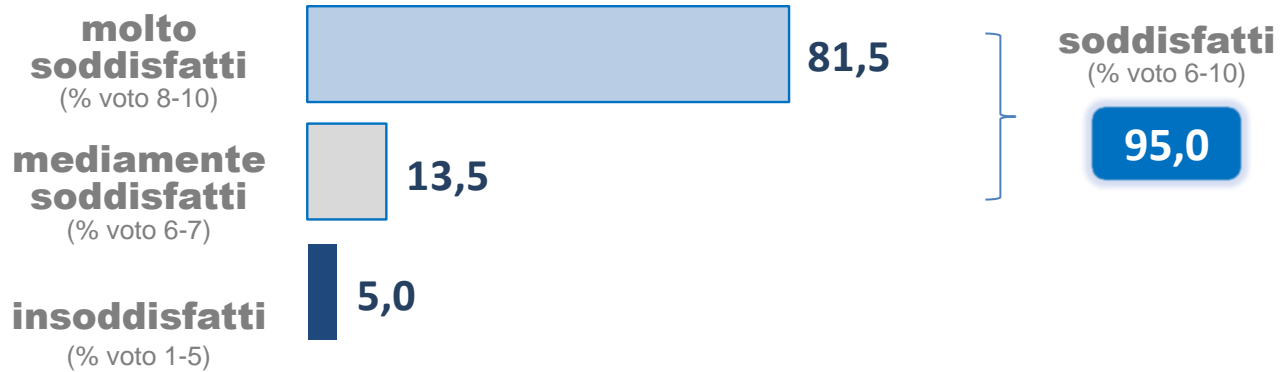
COMPRESIONE DEL
PROBLEMA E CAPACITÀ
DI RISPOSTA/RISOLUZIONE



37,0

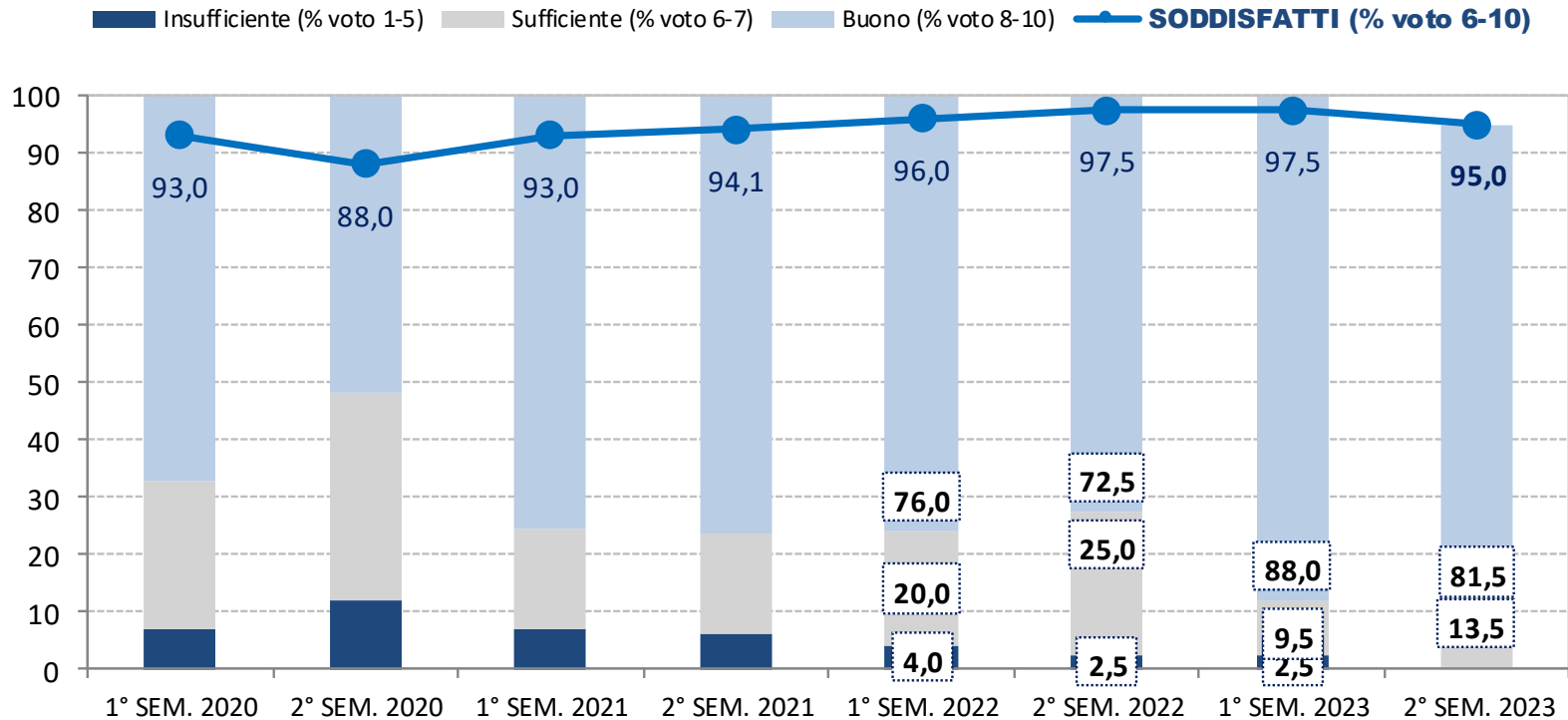
Numero Verde Commerciale

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



Numero Verde Commerciale

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



NV - indicatori di performance

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

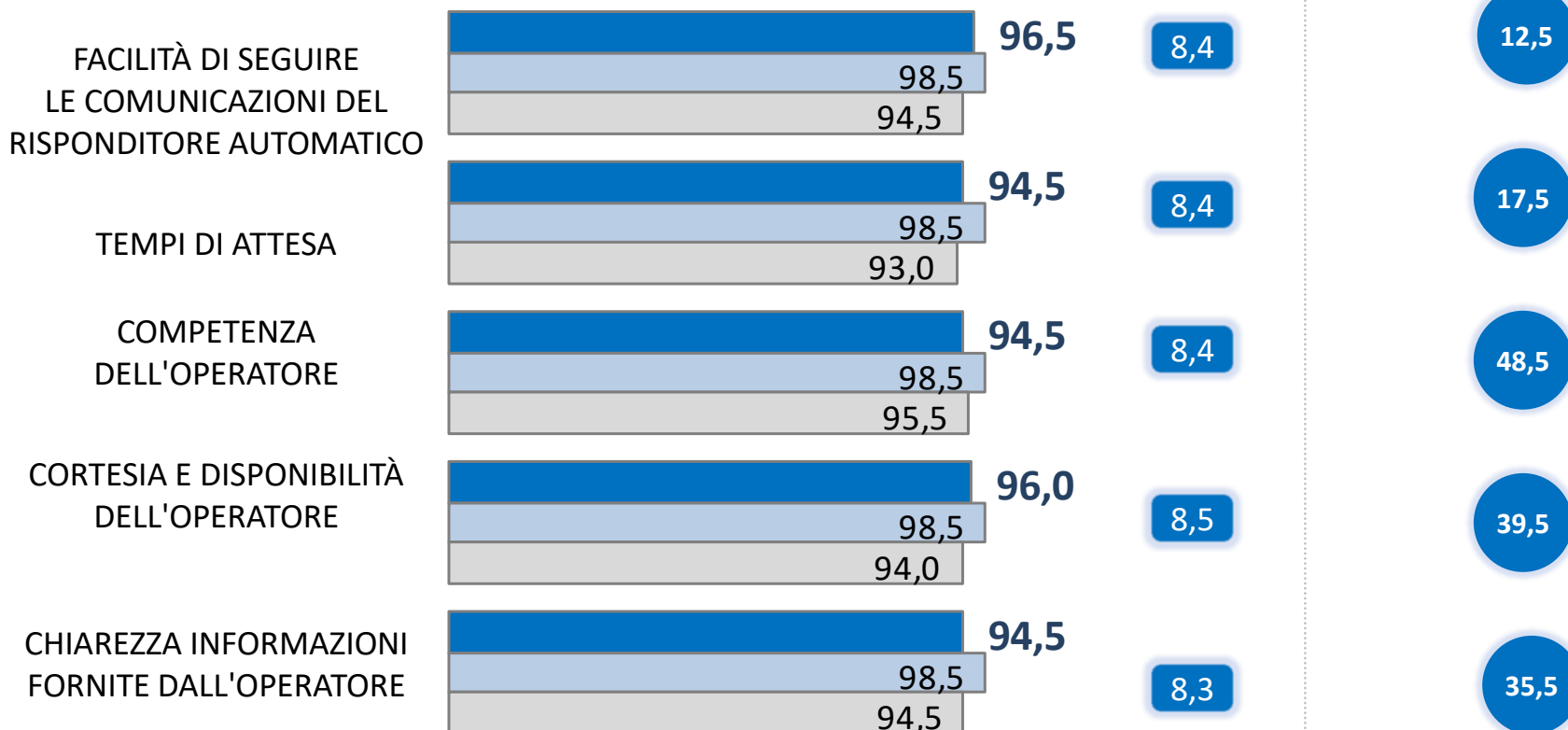
■ 2° SEM. 2023 ■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

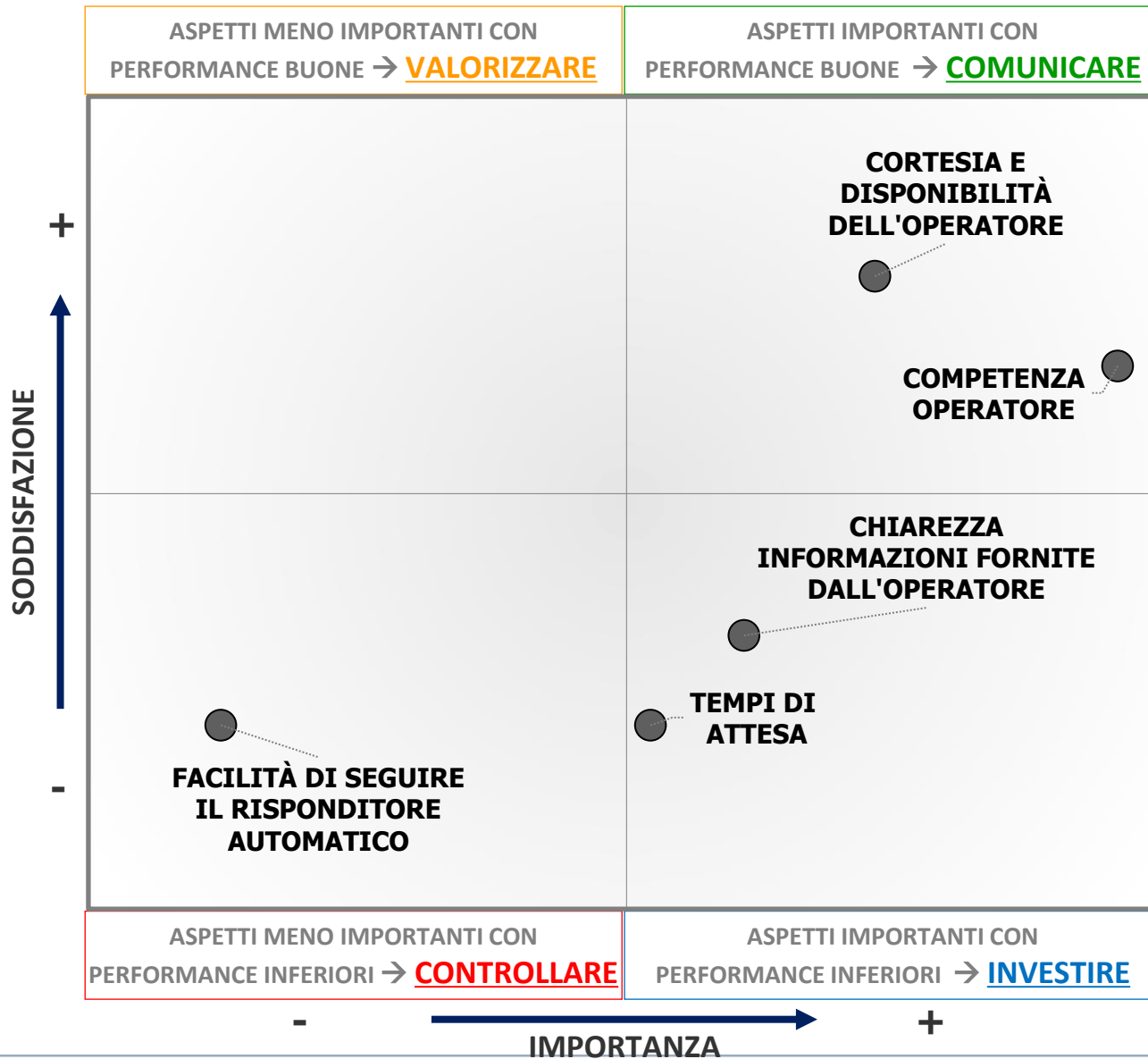
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

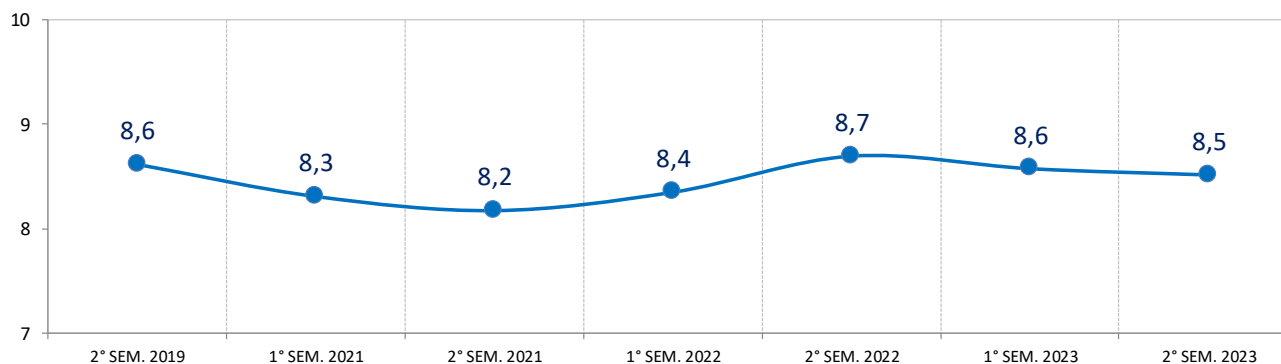
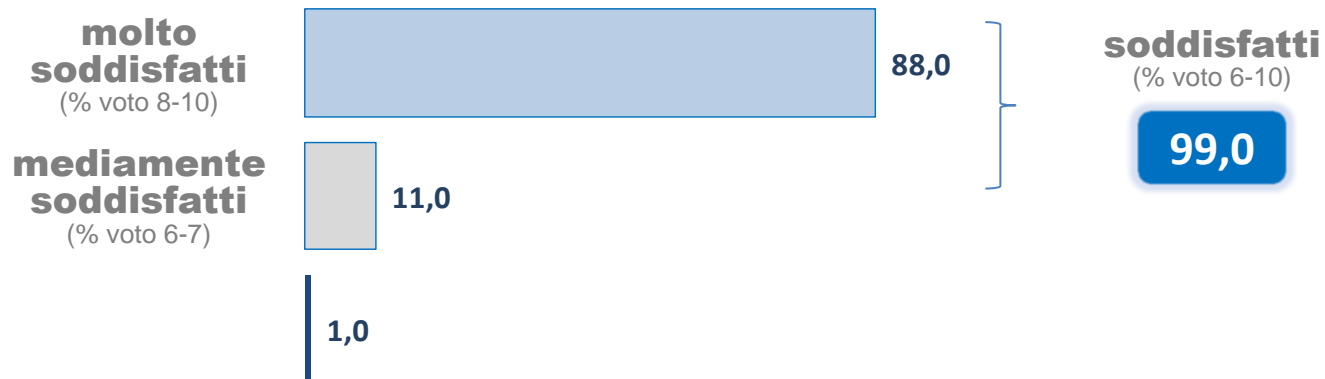




Punti di forza e priorità di intervento

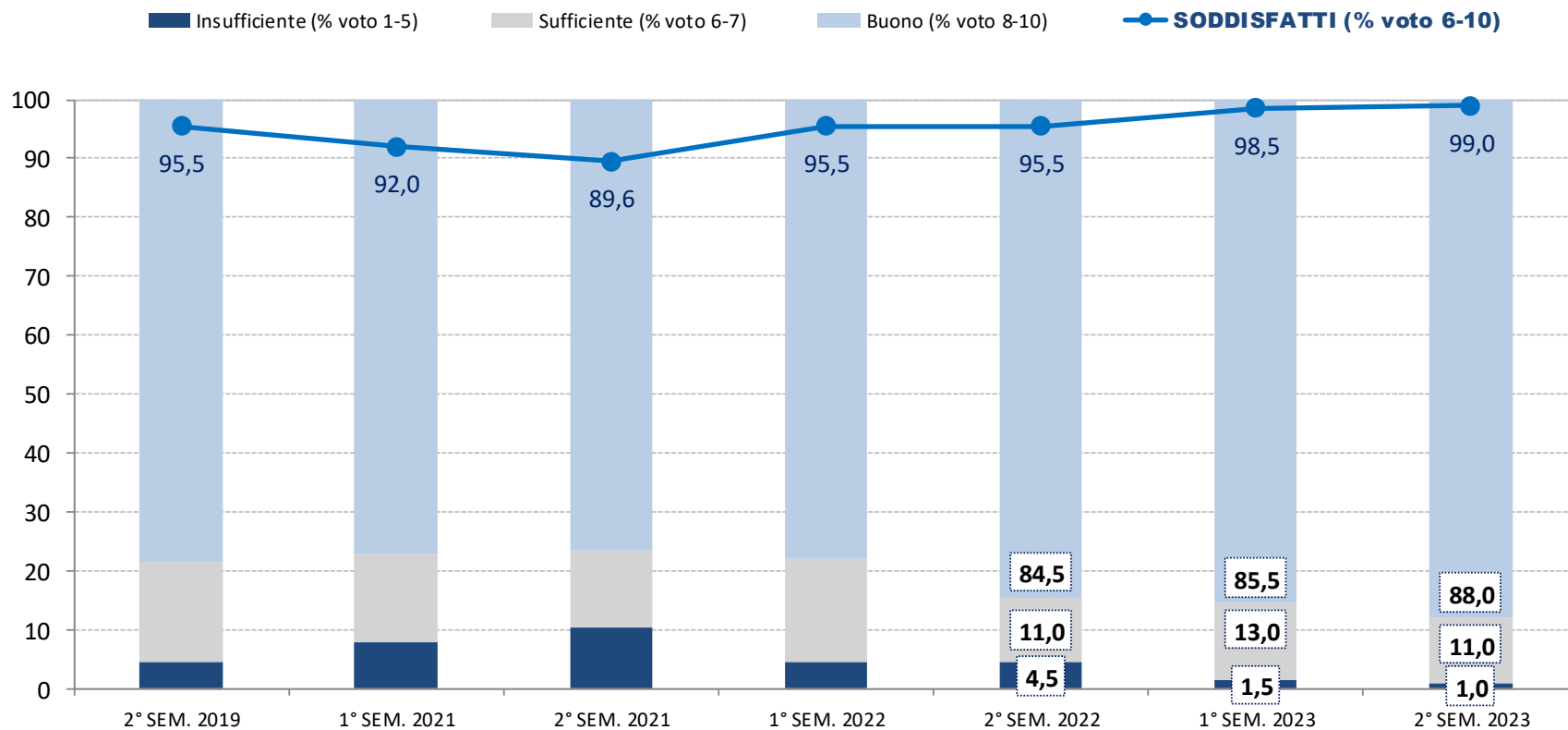


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



! Non rilevato nell'anno 2020

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



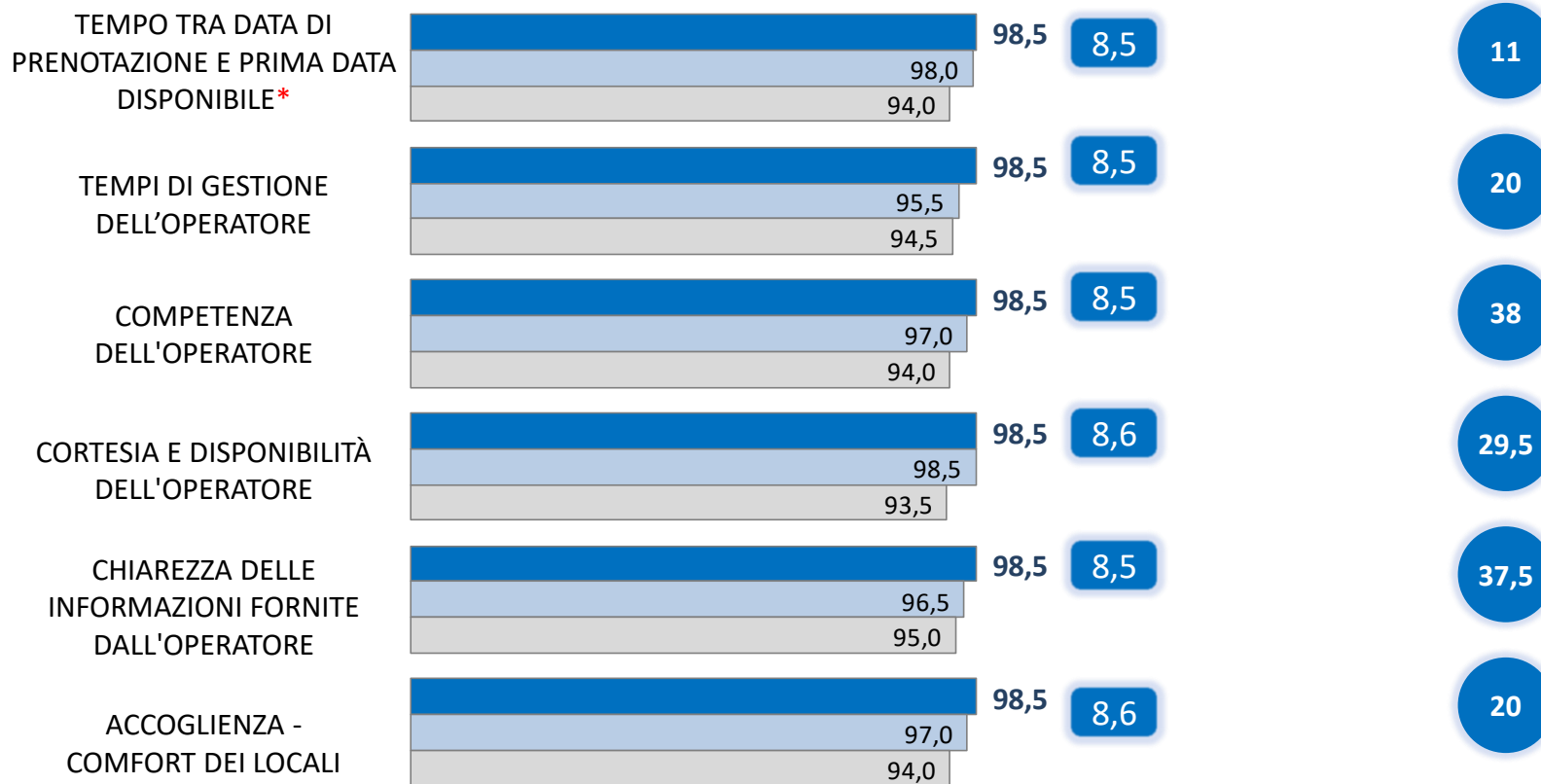
! Non rilevato nell'anno 2020

Sportello - indicatori di performance

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

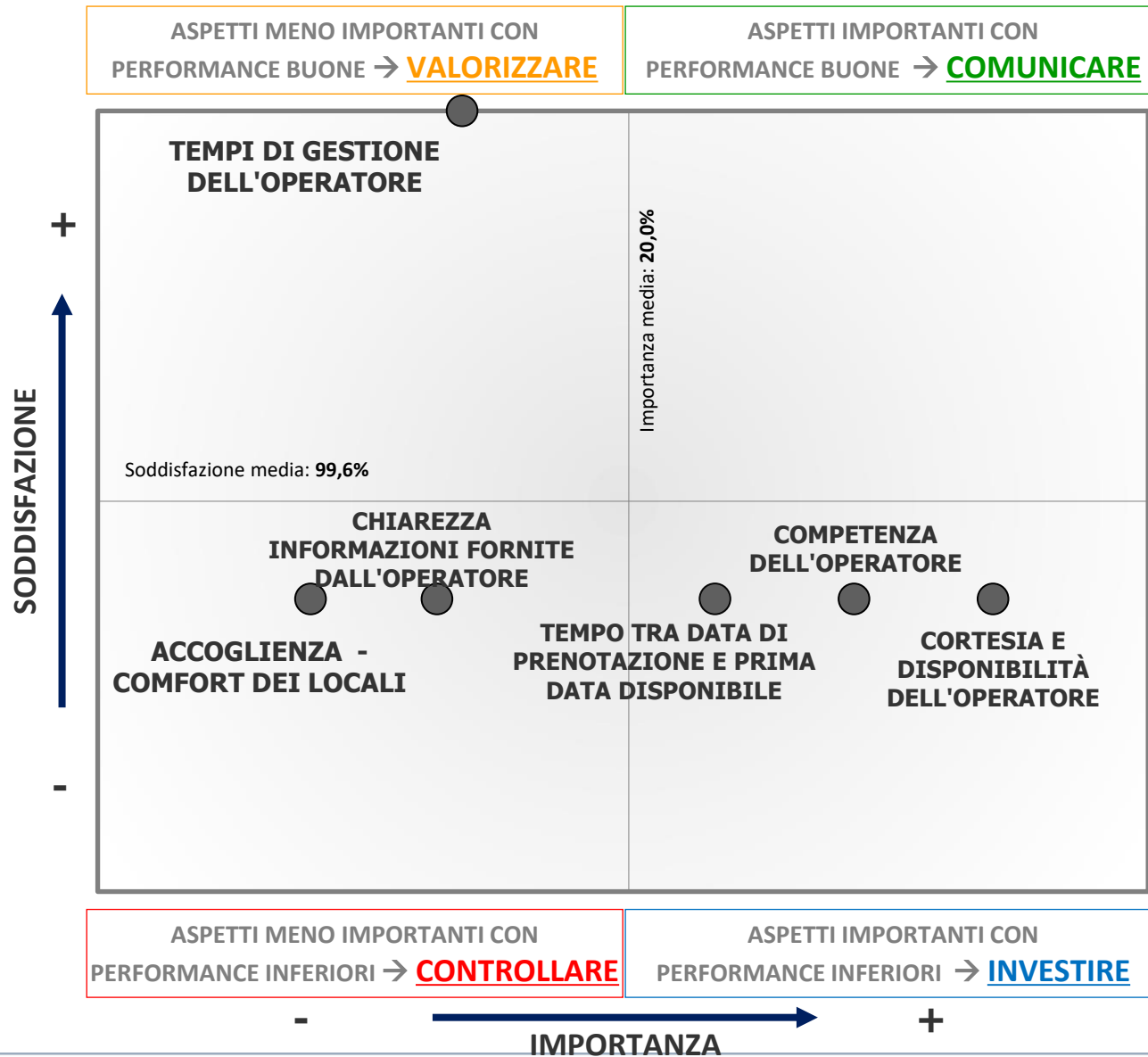
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

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



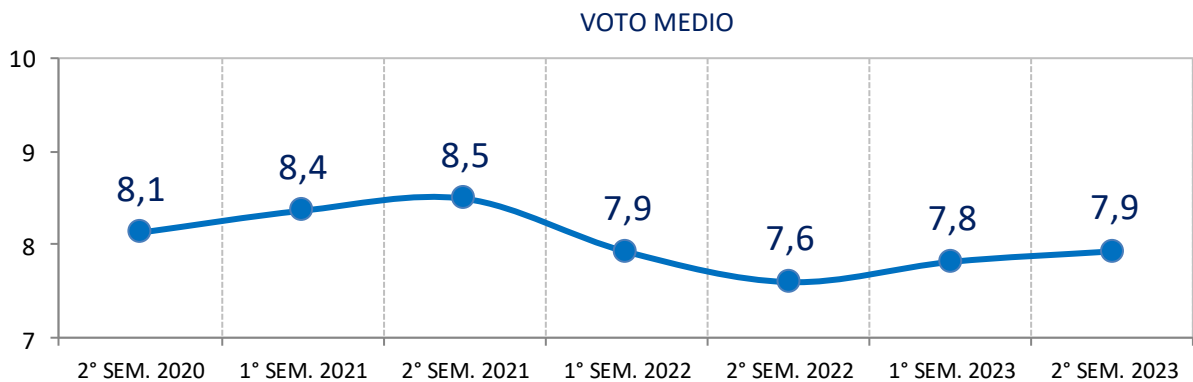
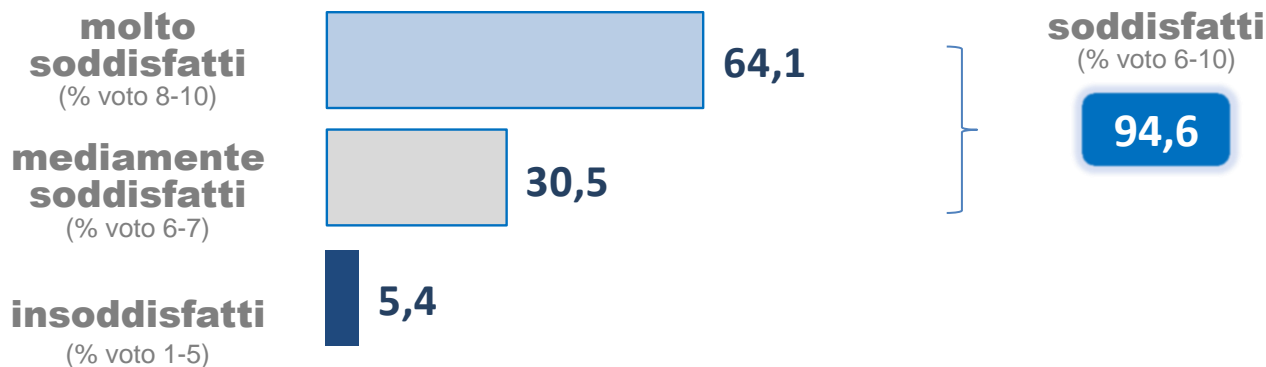
* Fino al 2022 rilevato come “Tempo intercorrente tra la data di prenotazione dell’appuntamento e la data fissata per recarsi all’AdF Point”

Punti di forza e priorità di intervento



Area Clienti My Fiora

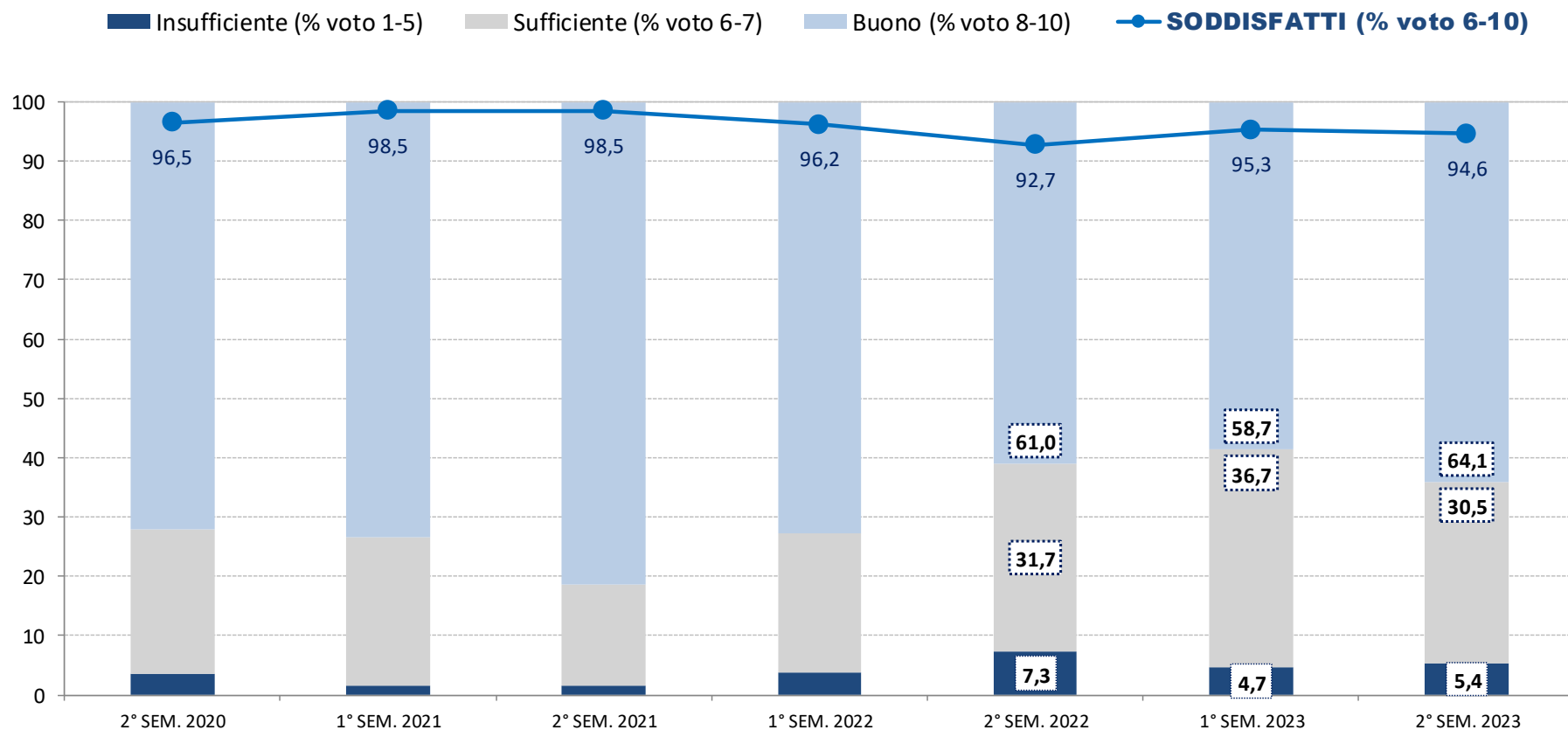
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso My Fiora online che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



CATI	7,9
CAWI	7,9

Area Clienti My Fiora

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso My Fiora online che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



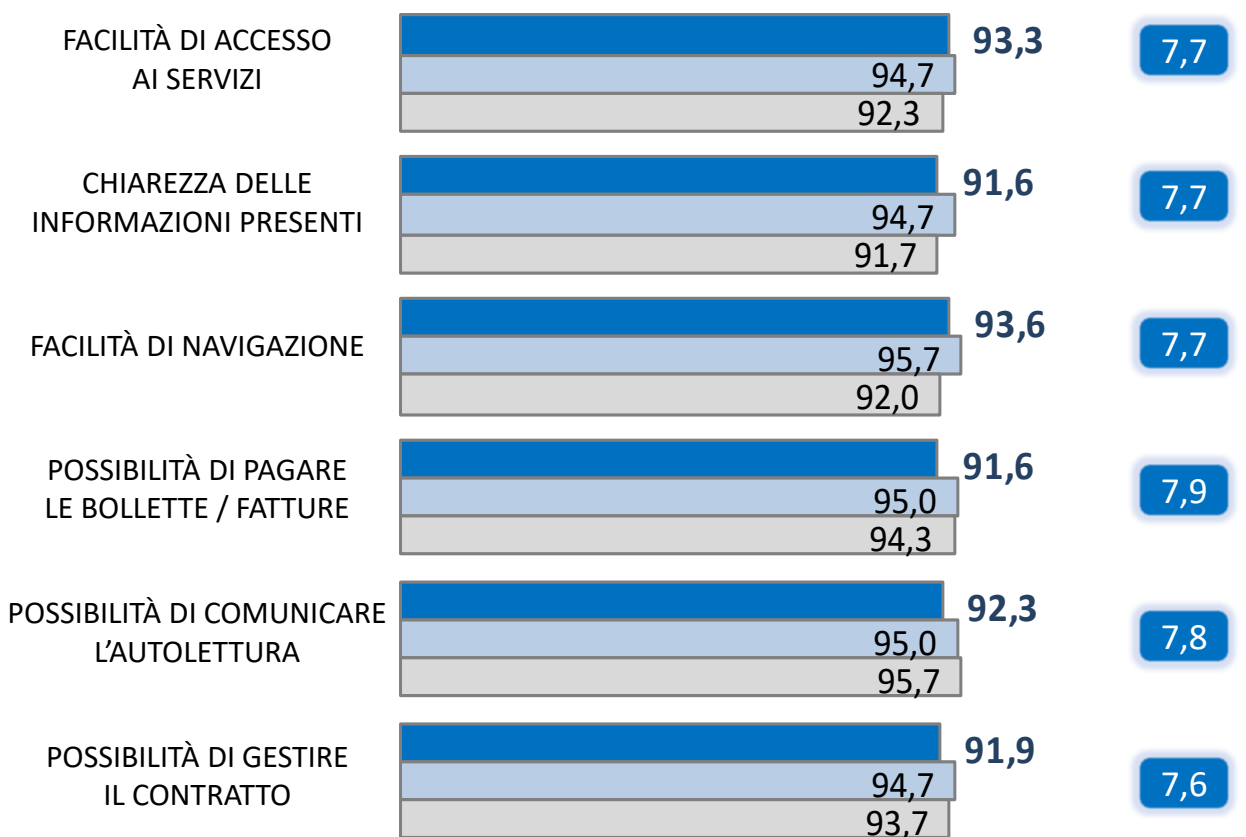
Area Clienti My Fiora - indicatori di performance

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

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO



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

IMPORTANZA (% di citazione)

30,5

20,1

25,2

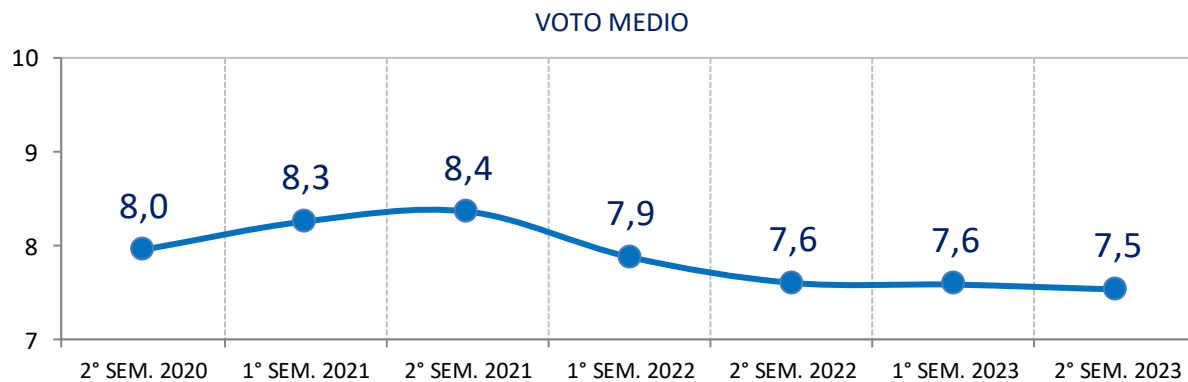
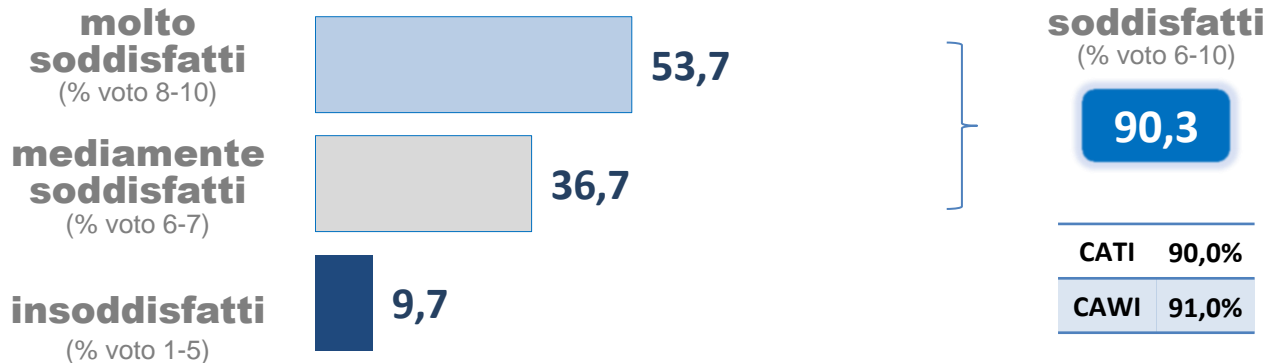
53,0

30,5

33,9

Sito Internet

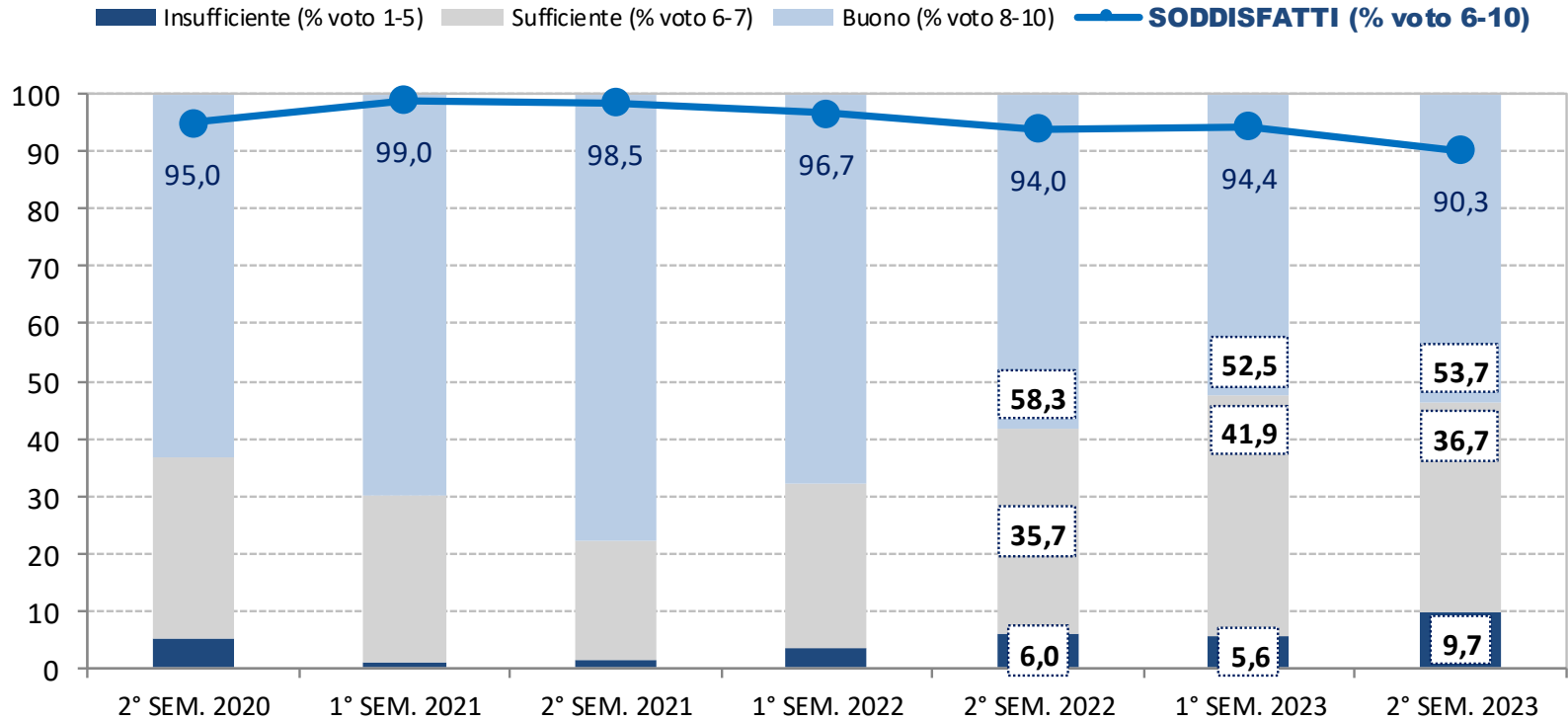
“Considerando complessivamente il sito Internet di AdF, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Fonte	Valore
CATI	7,5
CAWI	7,7

Sito Internet

“Considerando complessivamente il sito Internet di AdF, 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)

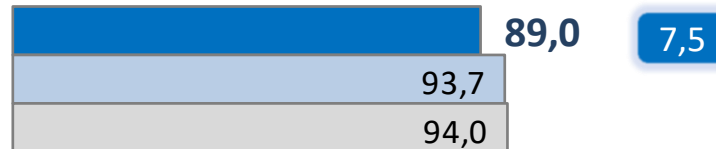
■ 2° SEM. 2023 ■ 1° SEM. 2023 ■ 2° SEM. 2022

SODDISFATTI (% voto 6-10)

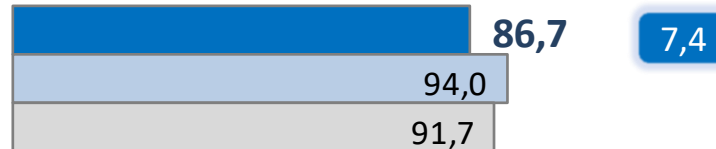
VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

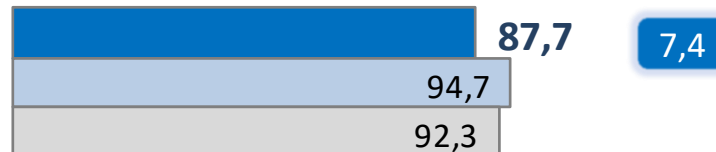
REPERIBILITÀ
INDIRIZZO INTERNET



FACILITÀ DI NAVIGAZIONE
ALL'INTERNO DEL SITO



RICCHEZZA INFORMAZIONI
PRESENTI SUL SITO



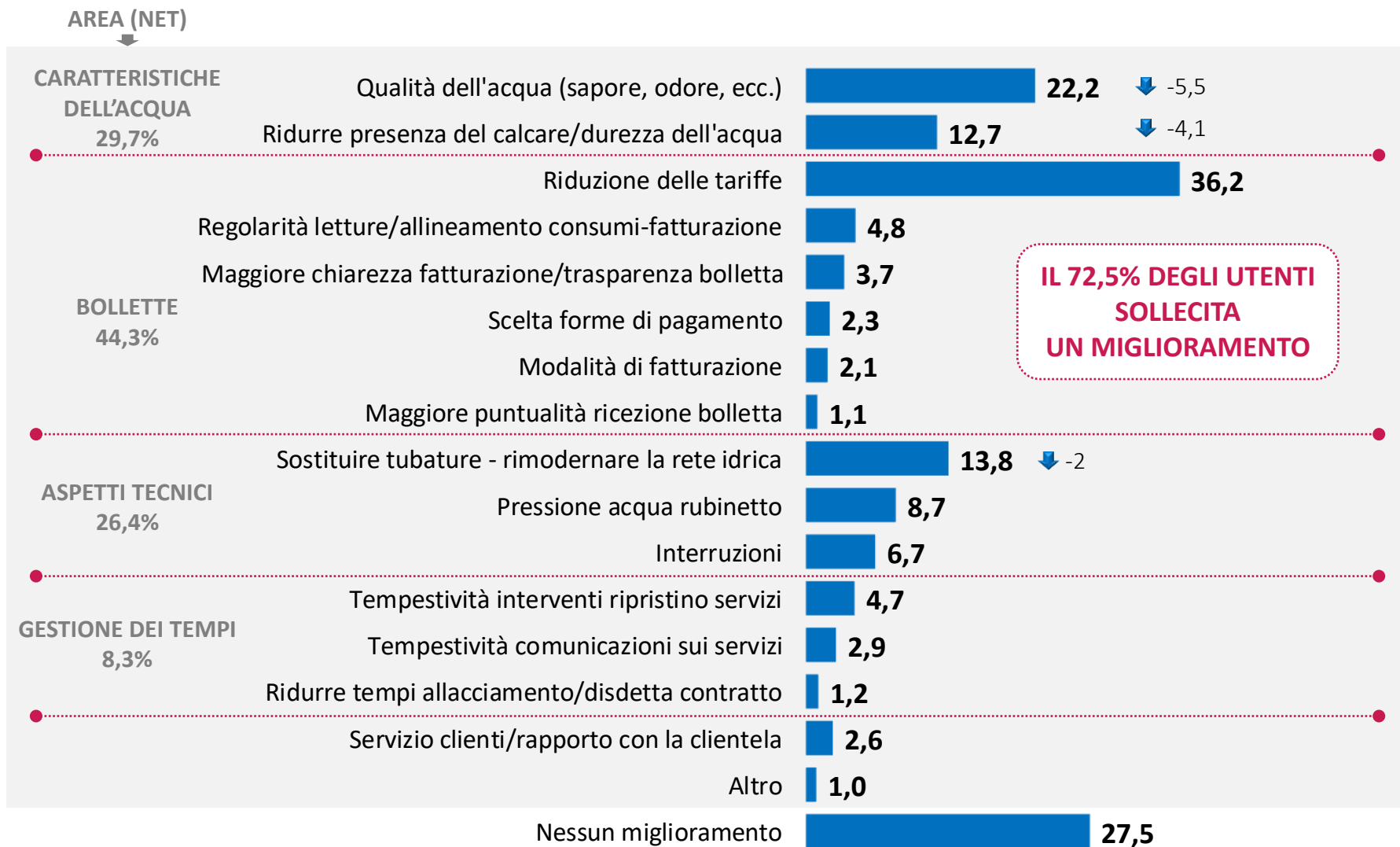
Sezione Open: altri temi

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



Aspetti da migliorare

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



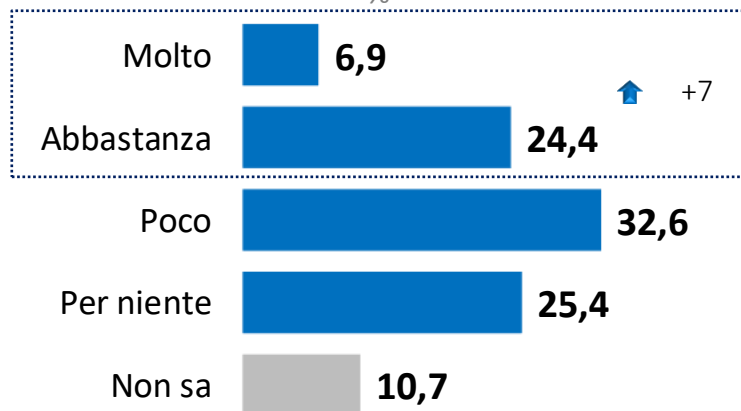
Servizio di videochiamata

IL 12% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA

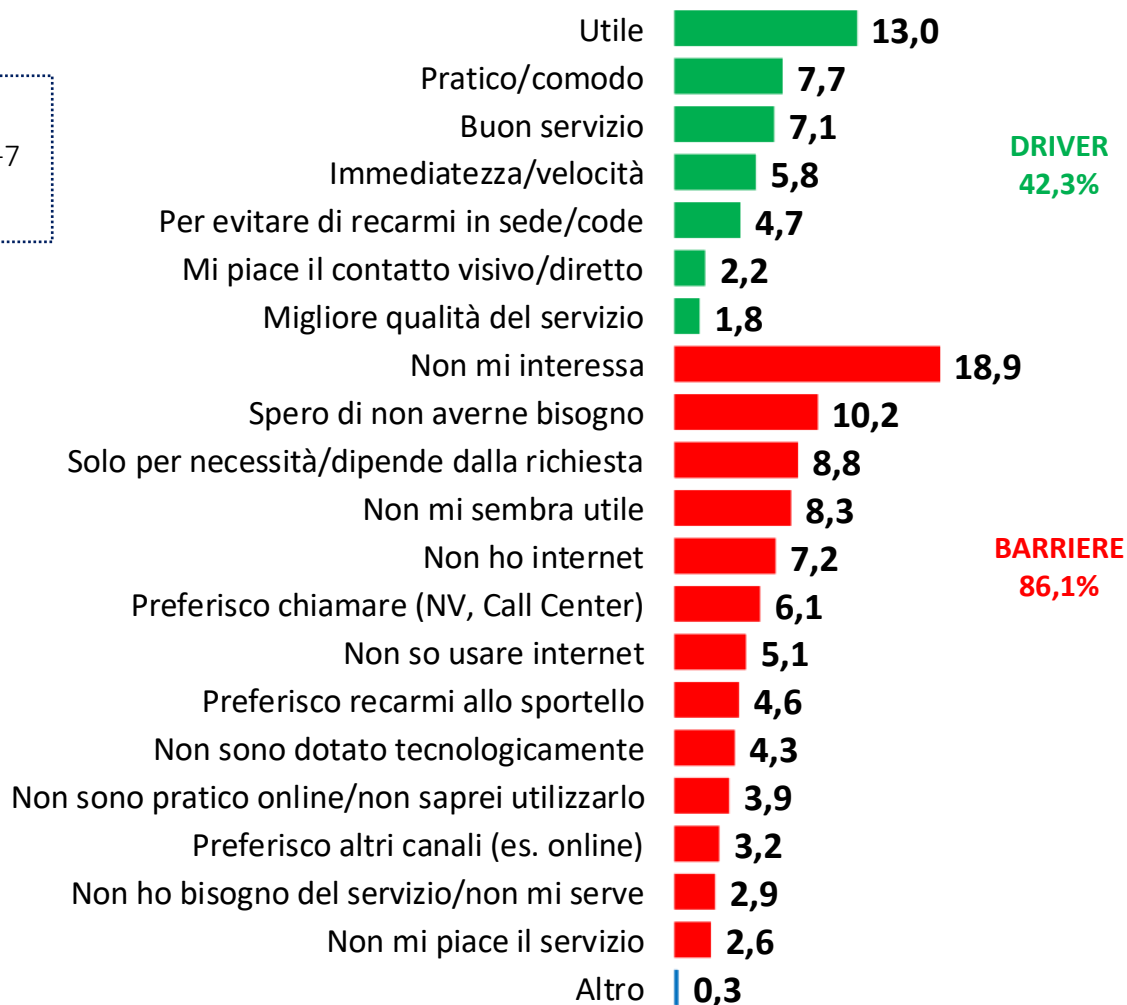
↑ +2,7

“Quanto ritiene probabile che lei usi il servizio di videochiamata nei prossimi mesi, nel caso avesse bisogno di contattare la società?”

%



Per quale motivo? (risposta spontanea)
%





Dove ha reperito il numero?

BOLLETTA GOOGLE/INTERNET



Google

69,5%

27,0%

Linea subito libera 82%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **90,5%**

chiamata successiva **7,0%**

*“Non riusciva ad accedere al servizio”
«Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondermi”
“Problema irrisolto, persistenza”*

altro canale contattato **2,5%**

40% invio e-mail /PEC
40% Sportello fisico

Principali motivi di chiamata

- Informazioni su bollette 26,0%
- Richiesta nuovo allacciamento o interventi sul contatore 15%
- Voltura / subentro 12,5%
- Modifica dati anagrafici 8,0%
- Rettifica bollette o richieste di duplicato 7,5%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

18 RISPOSTE

- del tutto 11,1%
- abbastanza 66,7%

Durata della chiamata



- meno di 2' 11,5%
- tra 2' e 5' 54,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **89,5%**



Non risolve, perché...



*“Deve andare di persona all'ufficio competente”
“Deve procurarsi della documentazione e ricontattarli”
“Deve richiamare il Call Center”*

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **96,0%**
 visita successiva **3,5%**

altro canale contattato **6,0%**

“Verificare alcuni aspetti per valutare la richiesta”

“Assente l'operatore informato”



Il 75% ha tentato di risolvere il problema contattando il Call Center/Numero Verde

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 18 RISPOSTE

- del tutto 33,3%
- abbastanza 44,4%

Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto/variazione, disdetta 21,5%
- Pagamento bollette/domiciliazione 15,0%
- Richiesta nuovo allaccio/interventi su contatore 13,5%
- Rateizzazione 11,5%
- Informazioni su bollette 9,5%

Cosa non era chiaro? ! 19 RISPOSTE

- 31,6% - La suddivisione del consumo in scaglioni ad importi differenziati
- 26,3% - La competenza di interessi di mora e spese di recupero del credito
- 15,8% - La detrazione dell'acconto nella bolletta a conguaglio
- 10,5% - Nuovo formato della bolletta ricevuta via mail è dispersivo

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 14,5%
- tra 5' e 15' 65,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **90,5%**



Non risolve, perché...

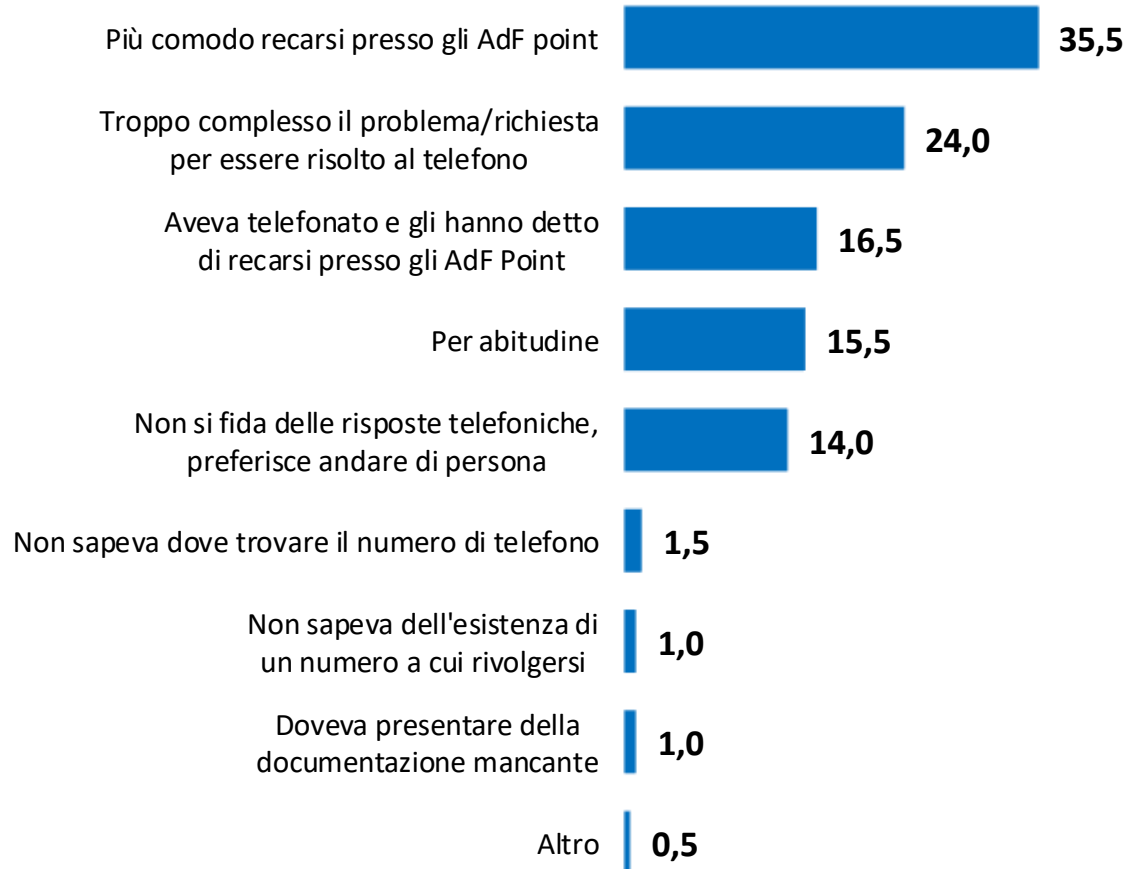


“Deve fare dei pagamenti per dar corso alla pratica”
 “Deve presentare documentazione aggiuntiva”
 “Deve recarsi nuovamente presso gli Uffici commerciali dell'azienda”

Scelta dello sportello rispetto al NV

“Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli AdF Point invece che contattare il Call Center?”
(risposta spontanea e multipla)

%





Area Clienti My Fiora

Come è venuto a conoscenza dell'Area Clienti My Fiora?

BOLLETTA

SITO INTERNET



62,4%



40,6%

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 31,2%

Tramite l'Area Clienti



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **80,9%**



Alcune funzionalità sono carenti **14,8%**



“Difficoltà/criticità di navigazione”

“Per concludere la pratica ha dovuto contattare il NV”

“Le risposte alle richieste/reclami arrivano in ritardo”

Principali motivi di utilizzo

- Pagamento della bolletta / fattura 61,7%
- Comunicazione autolettura 35,3%
- Visualizzazione estratto conto 19,7%
- Inserimento di pratiche commerciali 14,3%
- Richieste di duplicati fatture / bolletta web 11,3%
- Segnalazione guasti 9%



Il 6,7% ha riscontrato difficoltà nella registrazione a My Fiora

“Non è stato semplice trovare la sezione per la registrazione”

“Non arrivava il link di conferma”

“Non accettava il numero di telefono”

33,6% ha utilizzato altri canali, quali...



100 RISPOSTE



69%



30%



18%

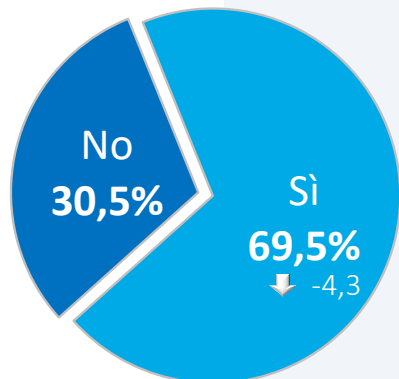
Informazioni coerenti nei diversi contatti

- del tutto 19%
- abbastanza 68%



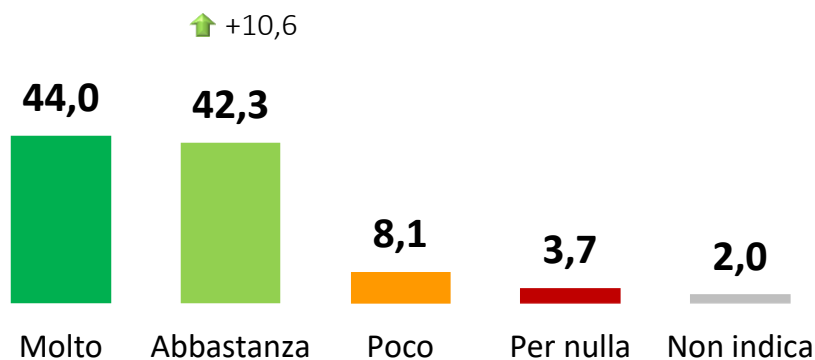
App My Fiora

“Lei sa che esiste l’App My Fiora scaricabile gratuitamente sullo smartphone dove è possibile effettuare le principali operazioni dell’Area Clienti, come consultare lo stato dei pagamenti, inviare l’autolettura, etc?”



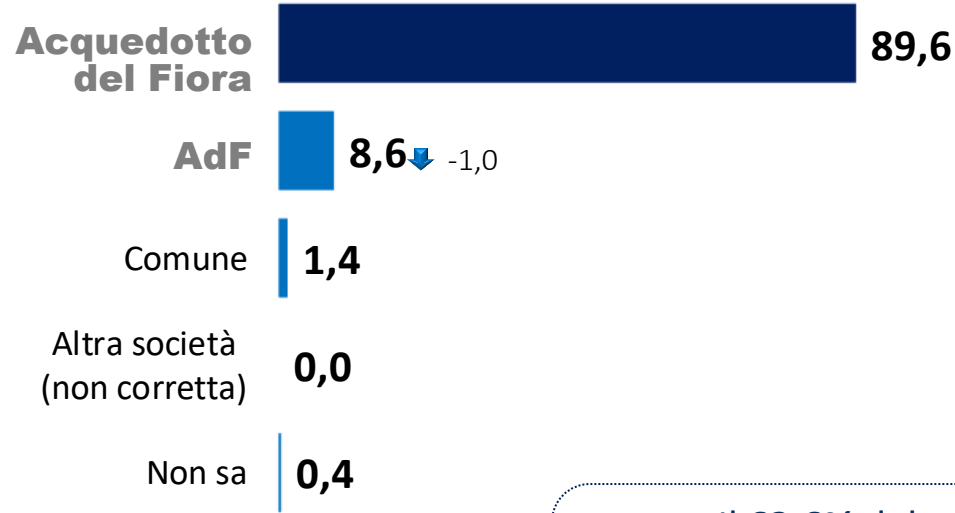
Al **69,1%** è capitato di utilizzare l’App MyFiora dal proprio smartphone

“Quanto gradisce in generale la possibilità di potere effettuare le principali operazioni dello sportello online attraverso l’App My Fiora direttamente dal suo smartphone?”



Conoscenza protagonisti servizio idrico

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



* Rispondenti solo CATI

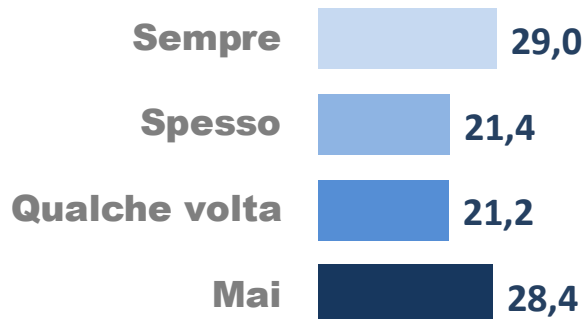
Il **63,6%** del campione
sa che AdF gestisce anche
il servizio di fognatura e depurazione
[55,2%; 1° SEM. 2023]

Utilizzo dell'acqua potabile



“Beve l'acqua del rubinetto sempre, spesso, qualche volta o mai?”

%



↓ -6,2

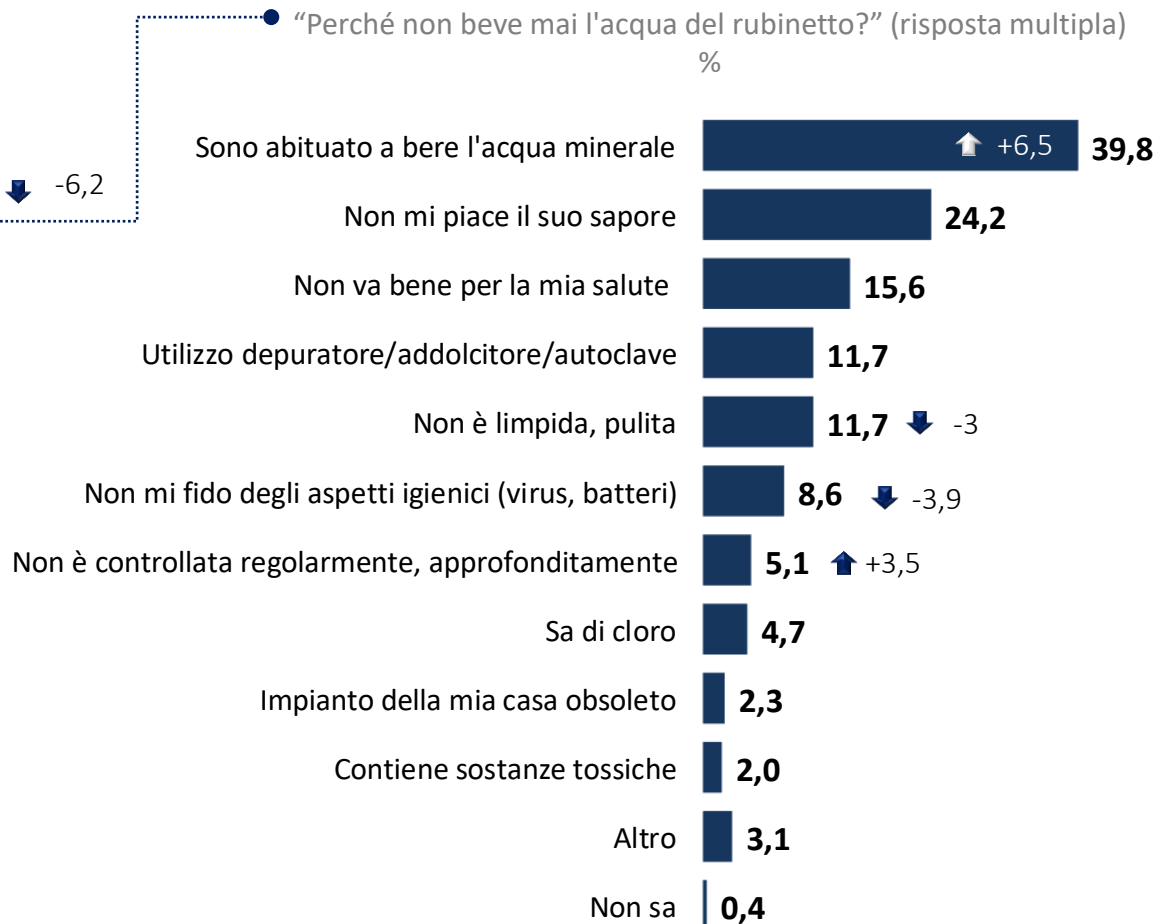
AREA		
COSTA (373)	MONTANA (183)	SENESE (345)
21,4	41,0	41,0
18,8	20,8	20,8
20,6	21,3	21,3
39,1	16,9	16,9

Il 66,1% del campione sa che l'acqua erogata dal pubblico acquedotto è regolarmente controllata dall'azienda sanitaria locale

[53,9%; 1° SEM. 2023]

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

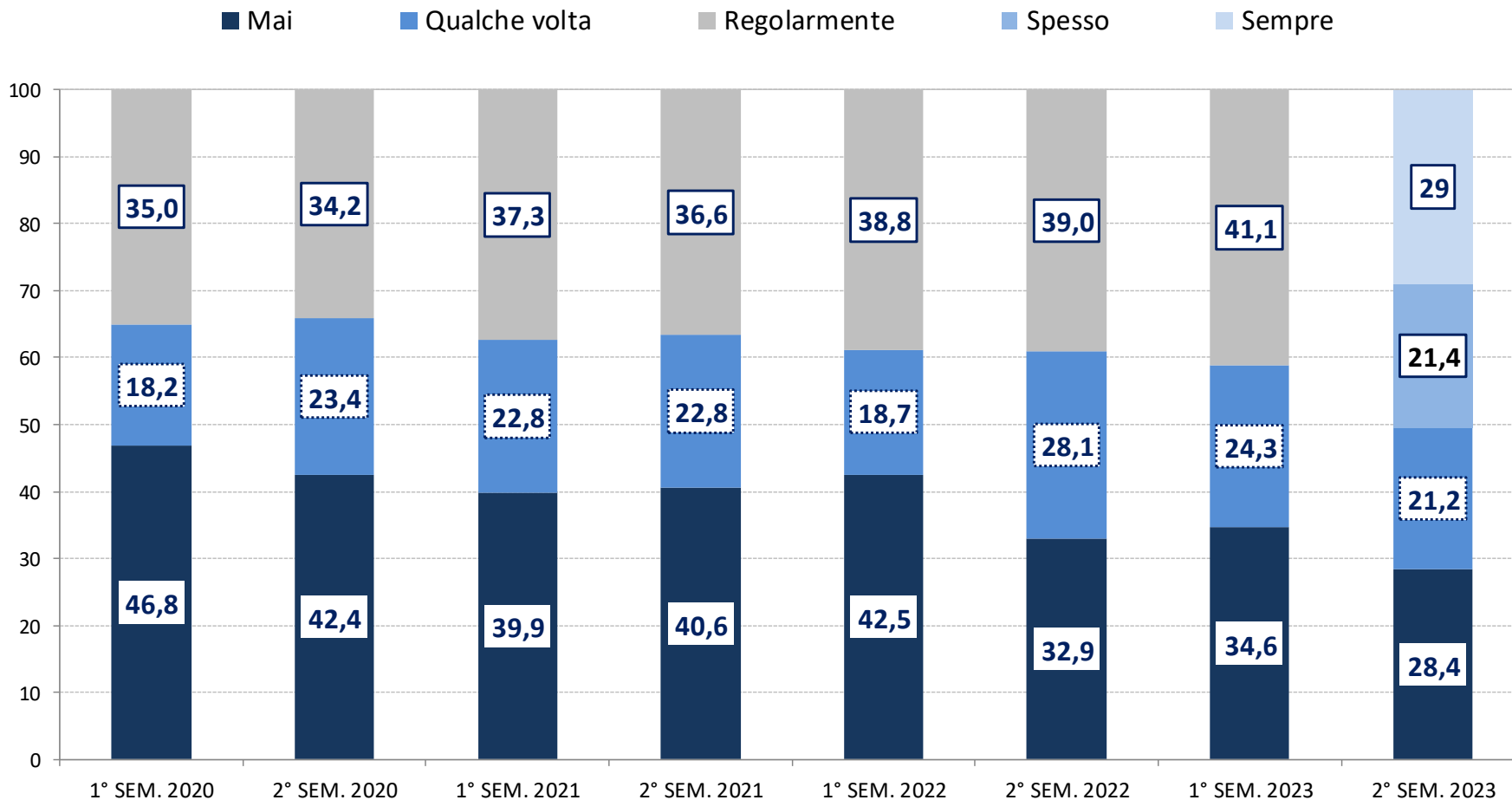
%



Utilizzo dell'acqua potabile



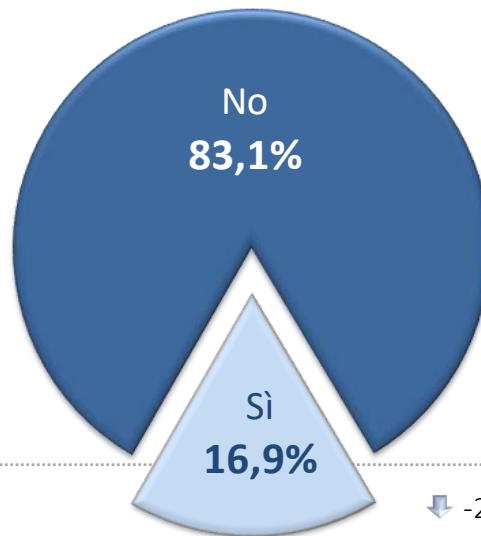
“Beve l'acqua del rubinetto sempre, spesso, qualche volta o mai?”*
%



* Fino al 1° SEM. 2023 rilevata la domanda “Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o mai?”

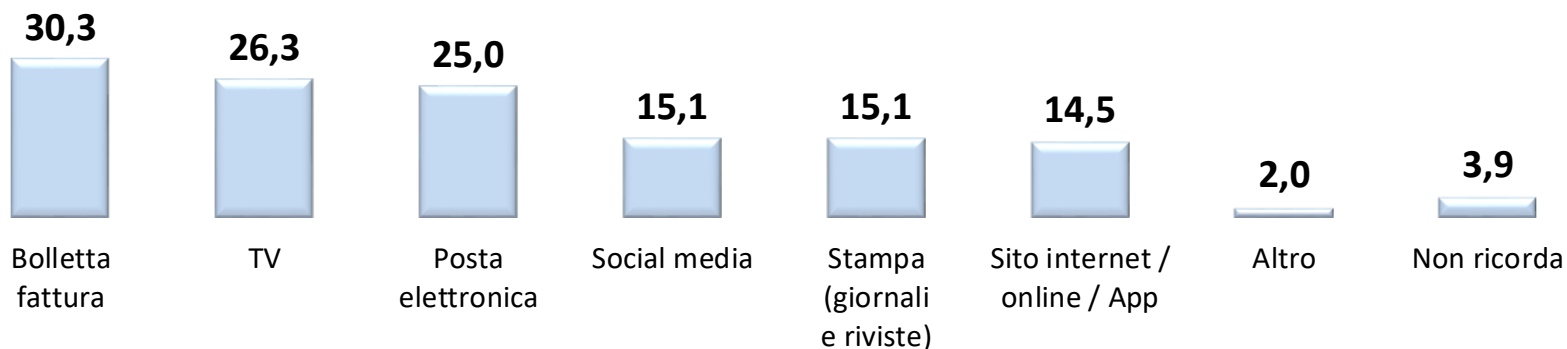
Comunicazione da parte dell'Azienda

“Parliamo della comunicazione di AdF, ricorda di aver visto pubblicità riguardo canali, strumenti e servizi digitali?”



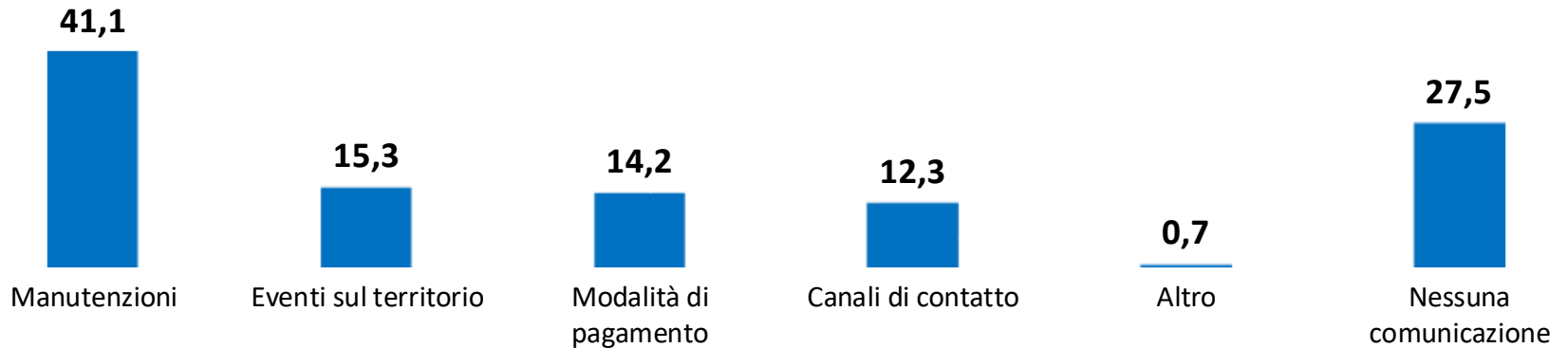
↓ -2,2

“Dove ha visto queste comunicazioni?” (risposta multipla)
%

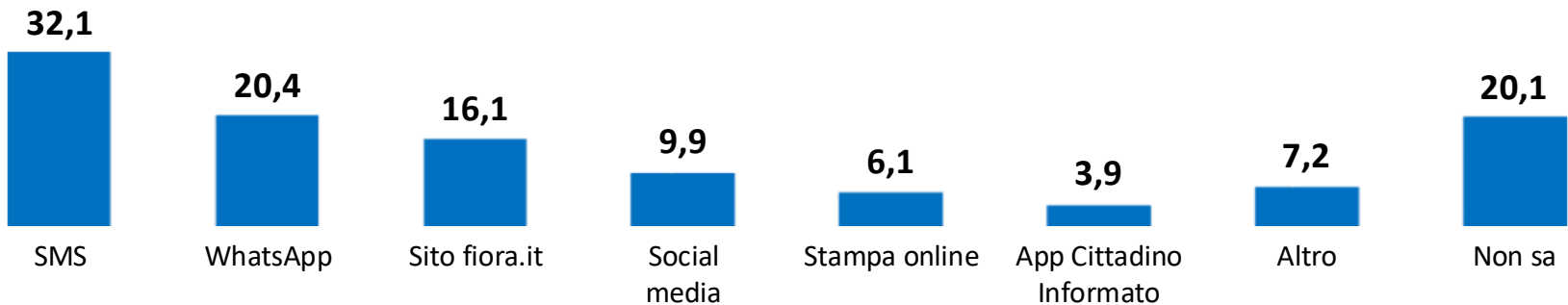


Temi e canali di comunicazione

“Quali sono le tematiche sulle quali vorrebbe essere informato?” (risposta multipla)
%



“Tramite quali canali digitali preferirebbe ricevere le comunicazioni da AdF?” (risposta multipla)
%



Approfondimento parametrico

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO

	base	CATI (700)	CAWI (201)
SESSO	UOMO	50,0%	61,7
	DONNA	50,0%	38,3
ETÀ	18-44 ANNI	13,6%	16,0%
	45-54 ANNI	21,5%	17,0%
	55 + ANNI	64,9%	67,0%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE	55,0%	81,1%
	INFERIORE		

Valutazione del servizio idrico

SODDISFAZIONE		base	CATI (700)	CAWI (201)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		93,3%	80,6%
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		92,0%	85,1%
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		97,4%	90,0%
	<i>Continuità del servizio</i>		96,7%	91%
	<i>Livello di pressione</i>		97,6%	87,1%
FATTURAZIONE	voto 6-10		98,3%	89,1%
	<i>Regolarità lettura contatori</i>		96,7%	84,8%
	<i>Chiarezza e facilità lettura</i>		96,6%	85,1%
	<i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>		95,4%	82,1%
	<i>Invio regolare fatture</i>		97,9%	93,0%
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		93,9%	77,1%



Stakeholder e Qualità percepita
**Funzione Communication &
Media Relations**



Società del Gruppo **i**ntersistemi



Sede Legale

Firenze
Via Atto Vannucci, 7
50134 Firenze
055 470374

Sedi Operative

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

Firenze
Via Gianni 4r, 39
50134 Firenze
055 470374

Milano
Viale Brianza, 24
20127 Milano
06 89924900



Ricerca. Conoscenza. Futuro.