

# Indagine di Customer Satisfaction

1° semestre 2022

report



realizzata da



Funzione Segreteria del Consiglio di  
Amministrazione  
Stakeholder engagement  
– Customer listening



|  | 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 "di pancia" sul servizio idrico | 12 |
| 💧 Qualità dell'acqua                       | 15 |
| 💧 Aspetti tecnici del servizio             | 17 |
| 💧 Fatturazione                             | 20 |
| 💧 Rapporto qualità prezzo                  | 23 |
| 💧 Segnalazione guasti                      | 25 |
| 💧 Intervento tecnico                       | 28 |
| 💧 Numero Verde Commerciale                 | 31 |
| 💧 Sportello                                | 35 |
| 💧 Sportello online                         | 39 |
| 💧 Sito internet                            | 42 |

### SEZIONE OPEN 45 (aree di approfondimento su temi d'interesse della società)

|   |    |
|---|----|
| 💧 Aspetti da migliorare                       | 46 |
| 💧 Servizio di videochiamata                   | 47 |
| 💧 Numero Verde Commerciale                    | 48 |
| 💧 Sportello                                   | 49 |
| 💧 Scelta dello sportello rispetto al NV       | 50 |
| 💧 Sportello online                            | 51 |
| 💧 App MyFiora                                 | 52 |
| 💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico | 53 |
| 💧 Utilizzo dell'acqua potabile                | 54 |
| 💧 Comunicazione da parte dell'azienda         | 56 |
| 💧 Temi e canali di comunicazione              | 57 |

## APPROFONDIMENTO PARAMETRICO 58

Pag.

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 50.000 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 Segreteria del Consiglio di Amministrazione- Unità Stakeholder engagement – Customer listening, in costante collaborazione con le Società interessate.

Il presente documento restituisce i risultati dell'indagine di **Customer Satisfaction** rispetto al servizio offerto dalla Società **AdF SpA**, con riferimento al **primo semestre 2022**.

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

Hanno partecipato all'indagine **2.000 clienti** della società: la raccolta dei dati è avvenuta da febbraio a giugno 2022 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).

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

- Q **900** interviste rivolte a **clienti domestici con utenza diretta** ), 700 in modalità CATI e 200 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 allo sportello online**, 200 in modalità CATI e 100 CAWI (**call back sportelli online**)
- *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.*

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 |
|------------------------|------------------------|--------|
| GROSSETO               | 378                    | 42,0   |
| AMIATA – ORCIA         | 179                    | 19,9   |
| SIENA                  | 343                    | 38,1   |

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

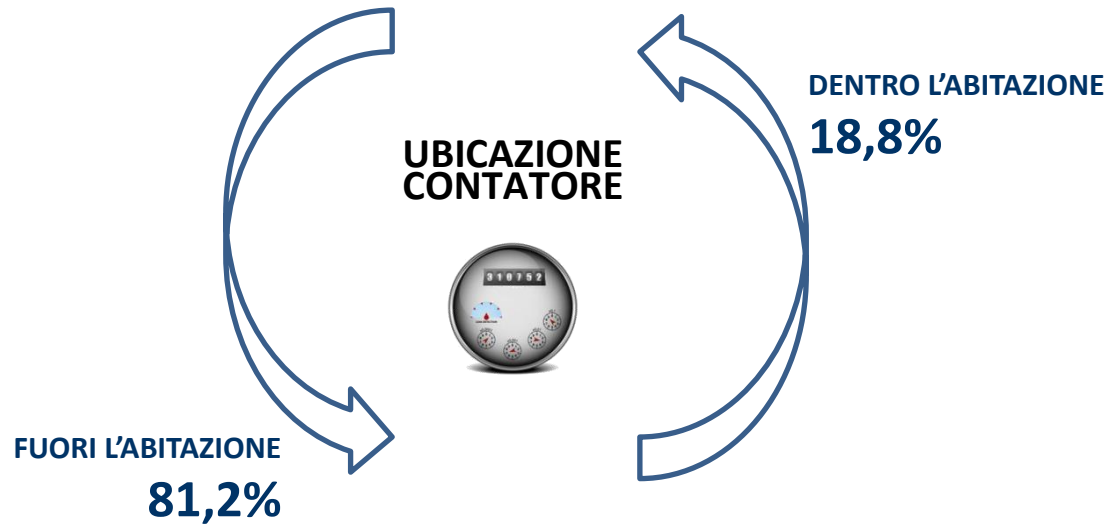
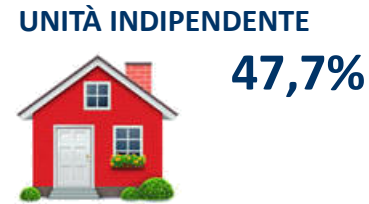


# Profilo utenza e utilizzatori dei canali



| %   | UTENZA<br>GENERALE | SEGNALAZIONE<br>GUASTI | INTERVENTO<br>TECNICO | NUMERO VERDE<br>COMMERCIALE | SPORTELLO | SPORTELLO<br>ONLINE |
|---|--------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------|---------------------|
| UOMO                                      | 51,2               | 57,0                   | 61,0                  | 51,0                        | 50,0      | 66,3                |
| DONNA                                     | 48,8               | 43,0                   | 39,0                  | 49,0                        | 50,0      | 33,7                |
| 18-34 ANNI                                | 3,6                | 6,3                    | 6,6                   | 5,7                         | 10,5      | 7,2                 |
| 35-44 ANNI                                | 11,6               | 14,1                   | 20,4                  | 13,4                        | 17,9      | 26,9                |
| 45-54 ANNI                                | 23,7               | 29,3                   | 24,5                  | 20,6                        | 23,2      | 25,2                |
| 55-64 ANNI                                | 25,5               | 25,7                   | 22,4                  | 22,7                        | 13,7      | 20,0                |
| 65 + ANNI                                 | 35,7               | 24,6                   | 26,0                  | 37,6                        | 34,7      | 20,7                |
| ISTRUZIONE SUPERIORE                      | 64,1               | 76,7                   | 78,4                  | 70,2                        | 74,5      | 89,5                |
| ISTRUZIONE INFERIORE                      | 35,9               | 23,3                   | 21,6                  | 29,8                        | 25,5      | 10,5                |
| LAVORATORE DIPENDENTE                     | 37,3               | 45,8                   | 44,6                  | 34,5                        | 39,5      | 55,1                |
| LAVORATORE AUTONOMO                       | 19,6               | 14,1                   | 24,4                  | 23,9                        | 24,0      | 19,6                |
| DISOCCUPATO – IN CERCA                    | 1,5                | 0,5                    | 1,6                   | 1,0                         | 2,5       | 0,7                 |
| PENSIONATO                                | 31,6               | 25,5                   | 21,2                  | 29,9                        | 28,0      | 19,3                |
| CASALINGA – ALTRA<br>CONDIZIONE NON PROF. | 10,0               | 14,1                   | 8,3                   | 10,7                        | 6,0       | 5,3                 |

## UBICAZIONE IMMOBILE





## → CSI PARZIALI

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

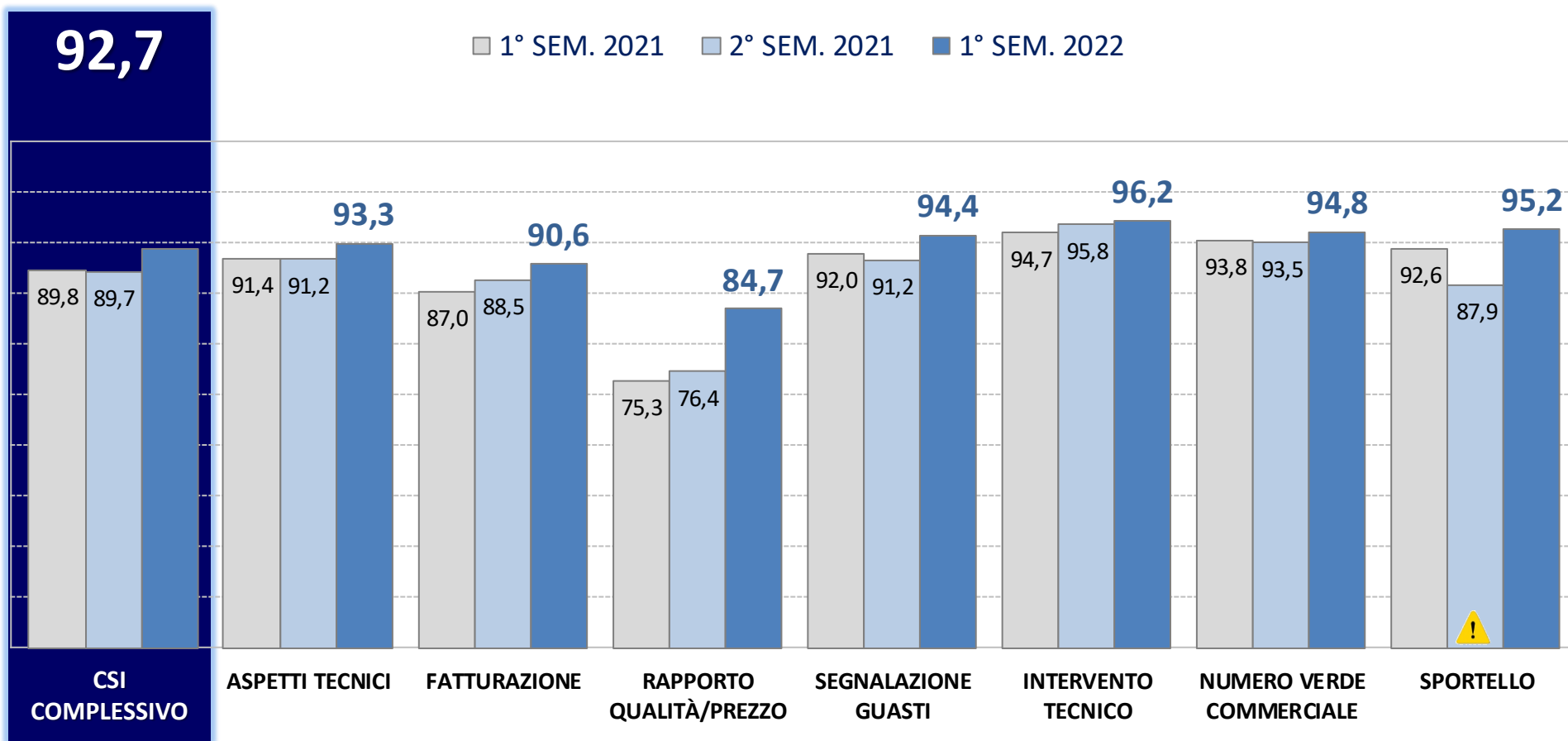
## → CSI COMPLESSIVO

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

In formula:

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





⚠ Modificato il set di item da valutare dal 2° SEM. 2021

# Sezione Customer Satisfaction

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

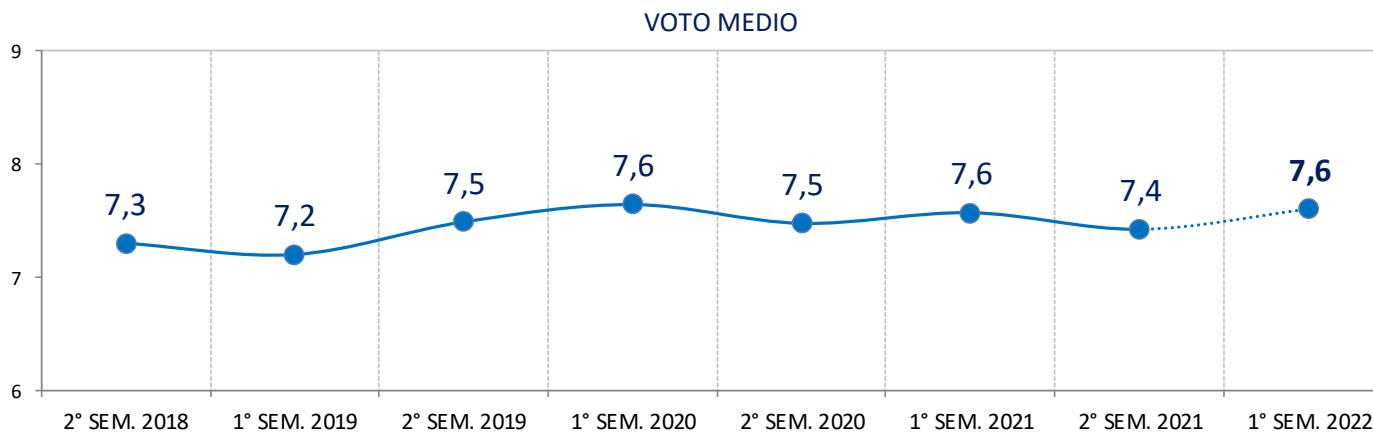
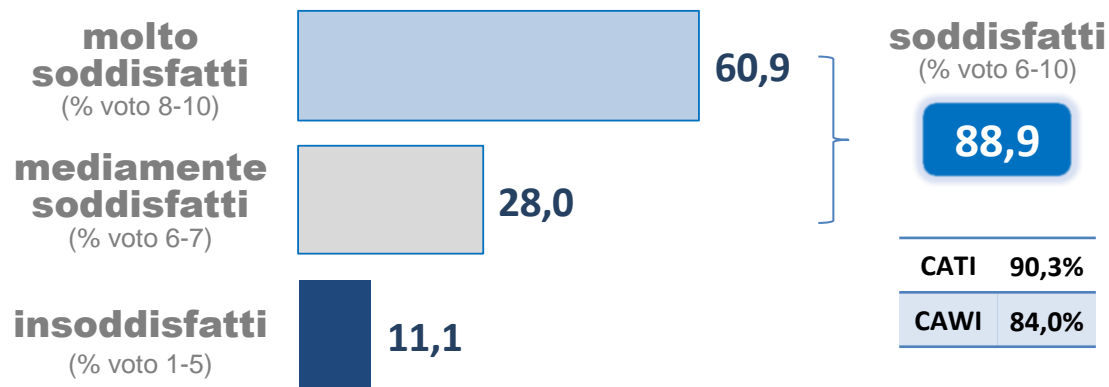
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **GIUDIZIO COMPLESSIVO**: giudizio dell'utente sul servizio fornito da AdF 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 AdF.”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

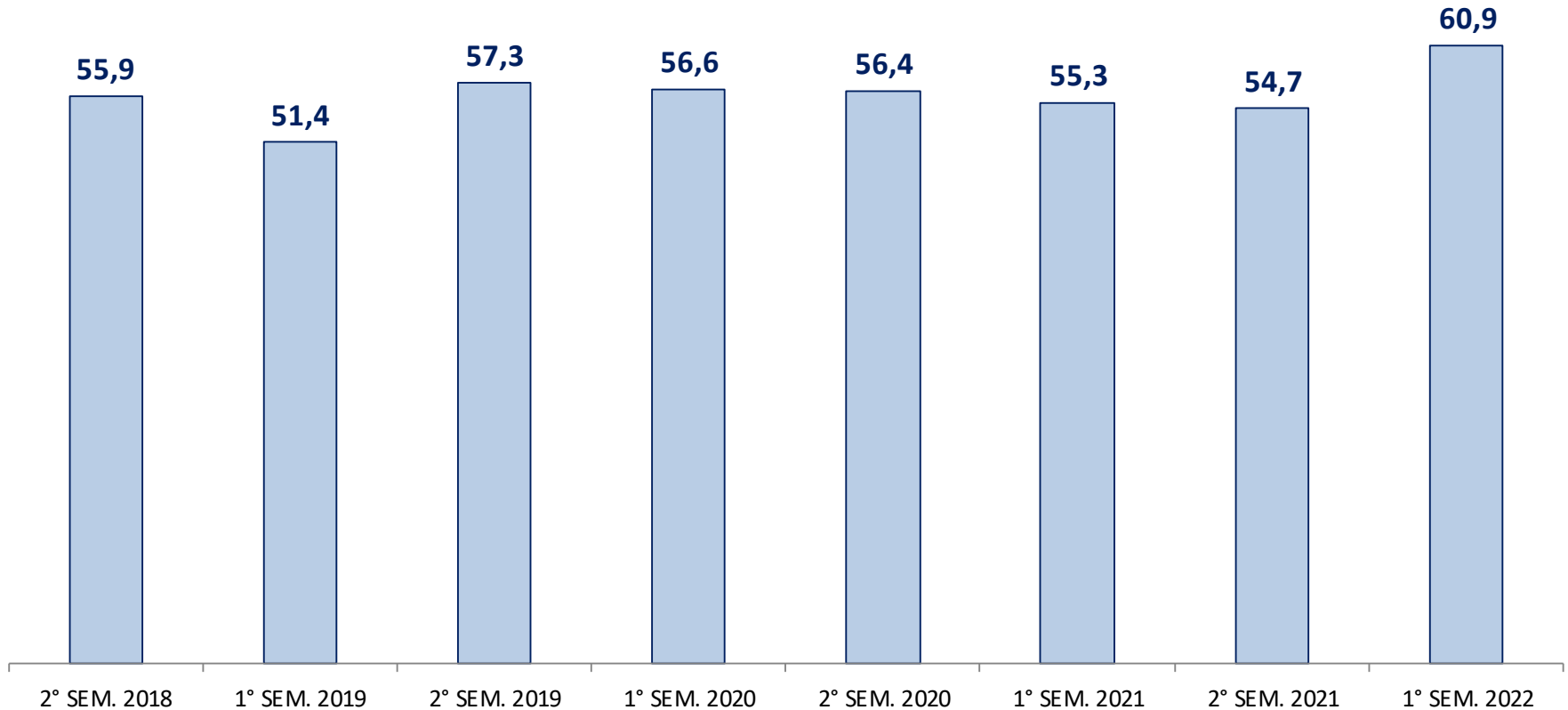


|      |     |
|------|-----|
| CATI | 7,7 |
| CAWI | 7,2 |

# Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

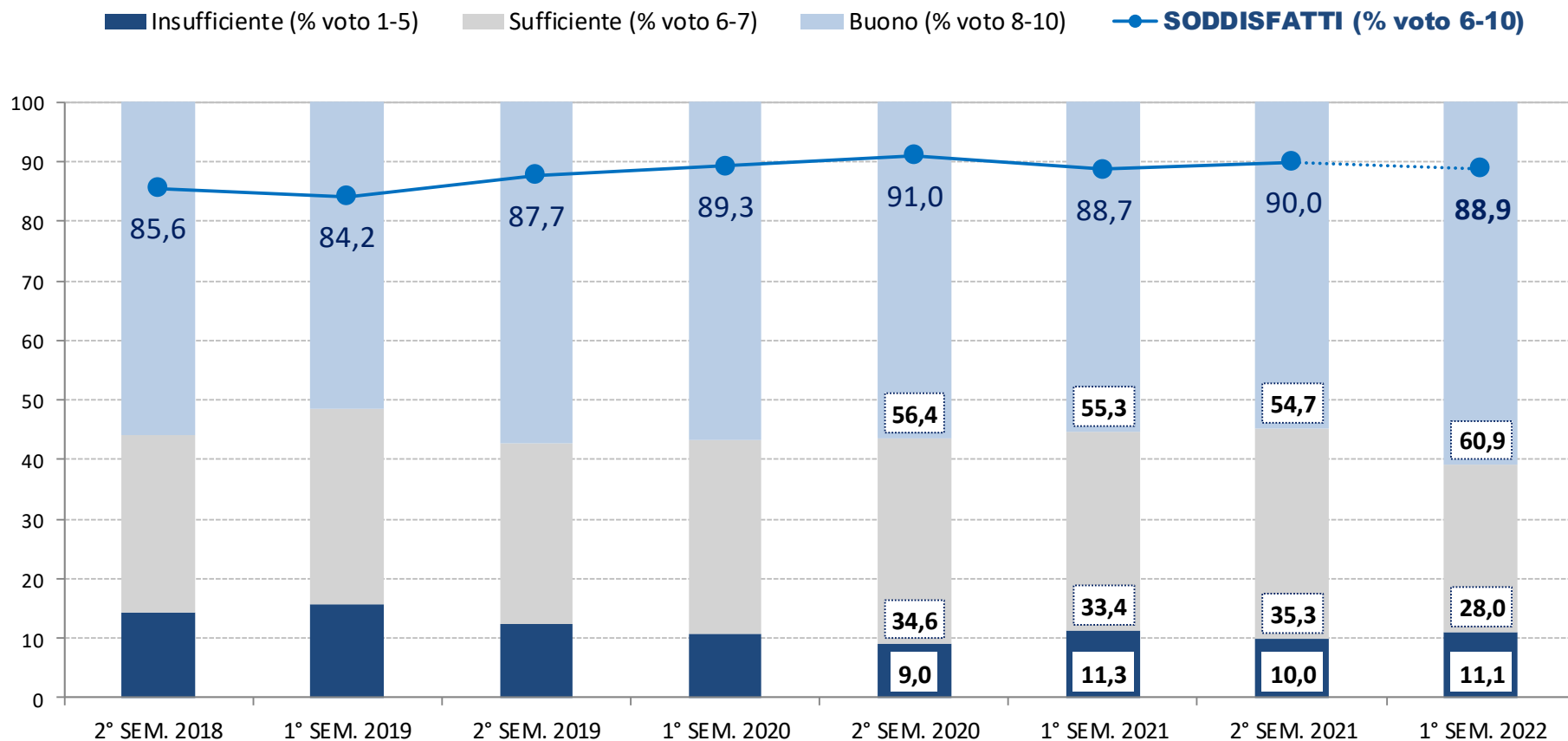
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

## **molto soddisfatti** (% voto 8-10)

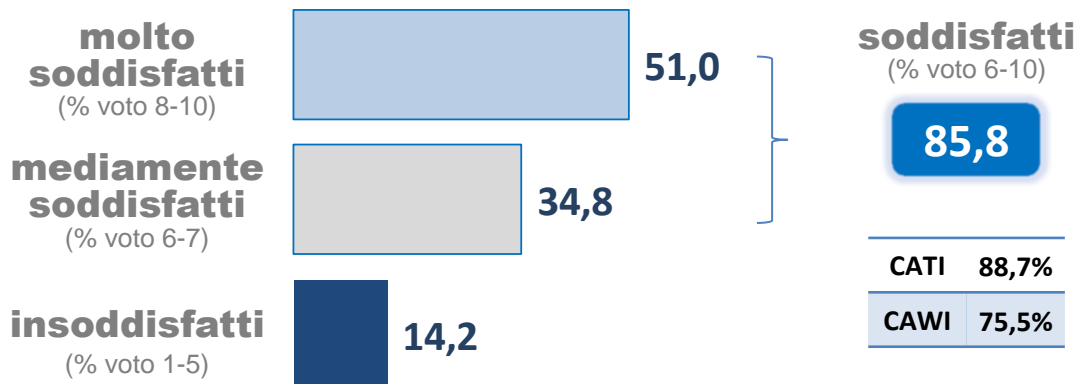


# Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

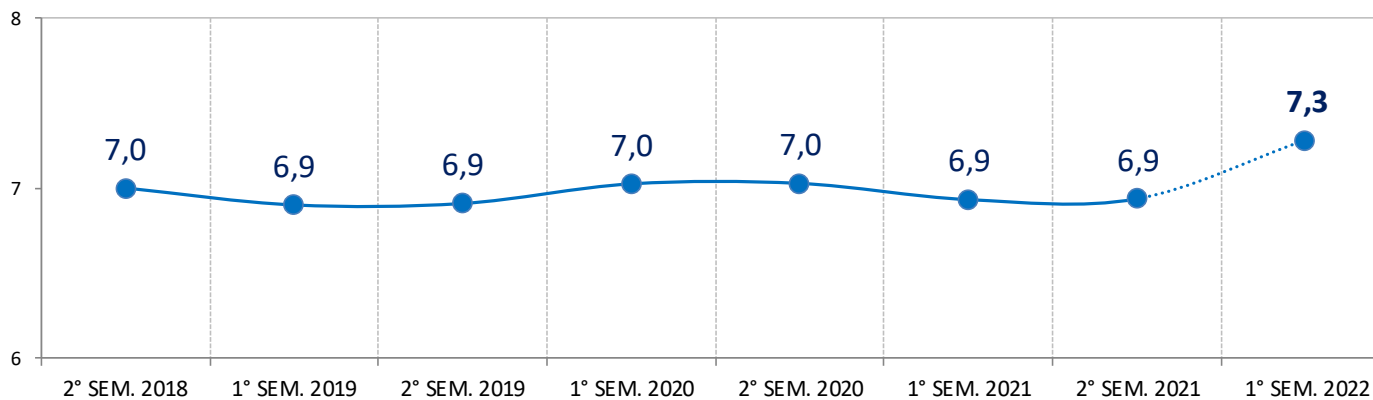
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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



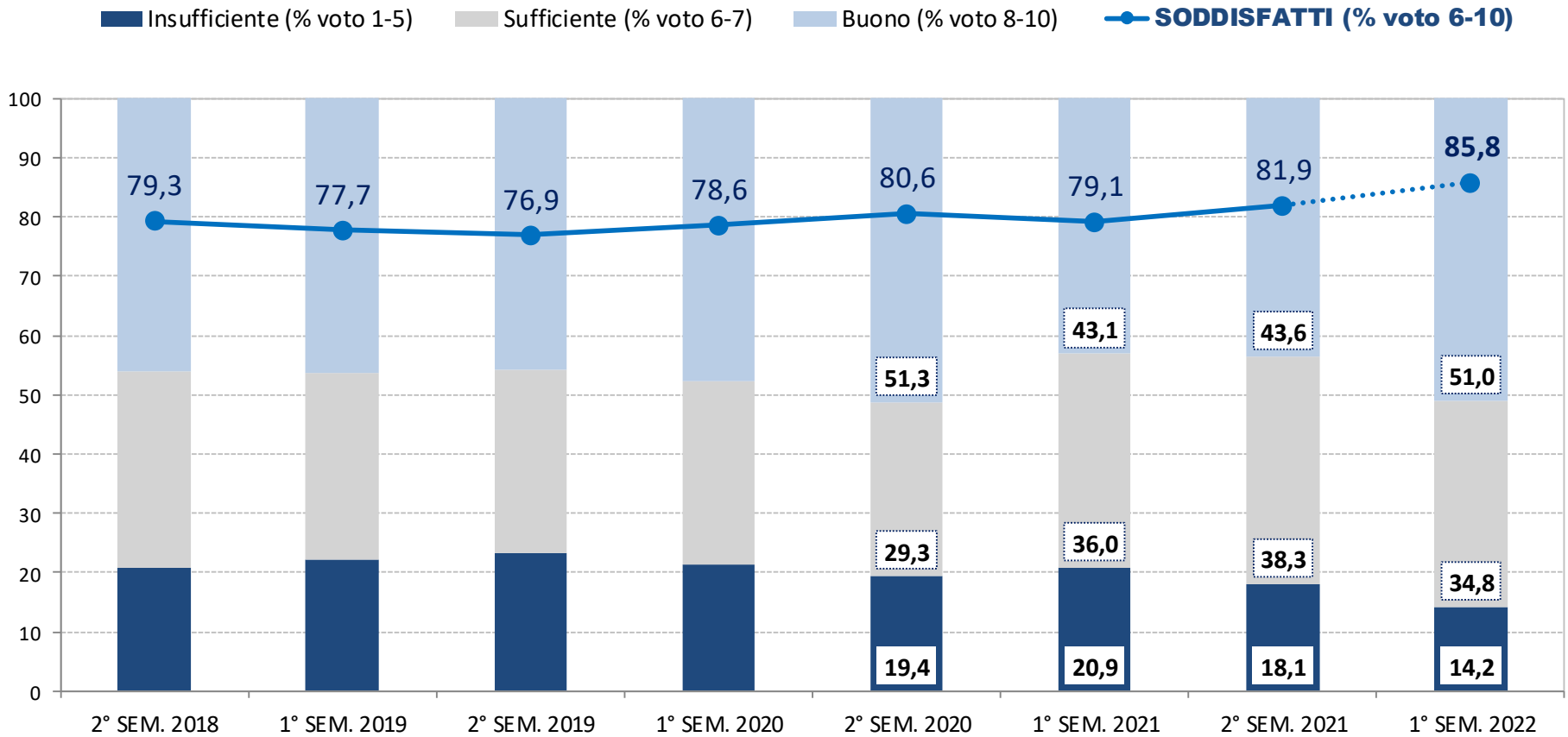
VOTO MEDIO



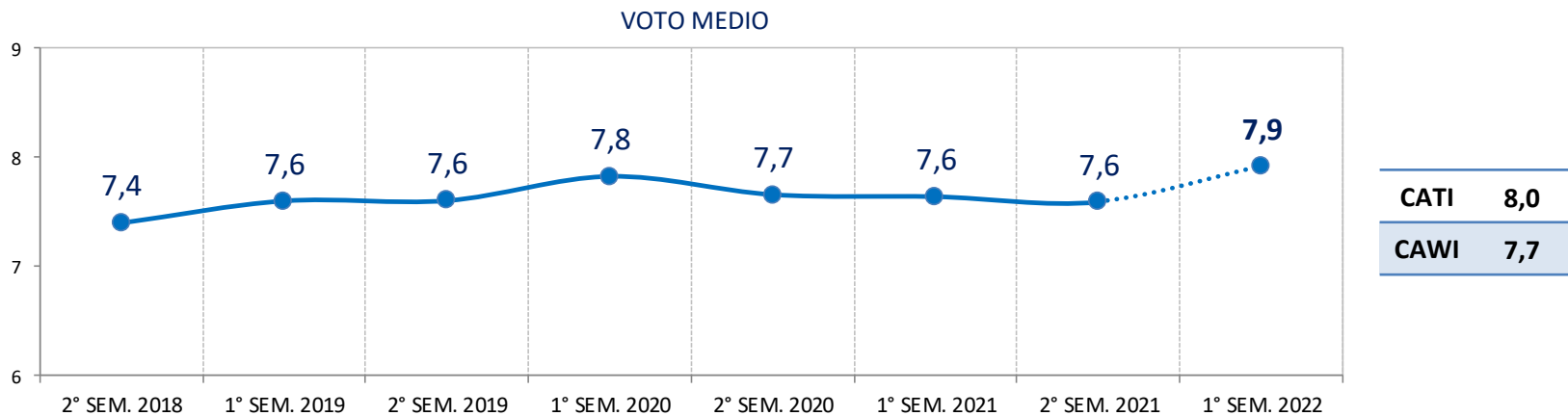
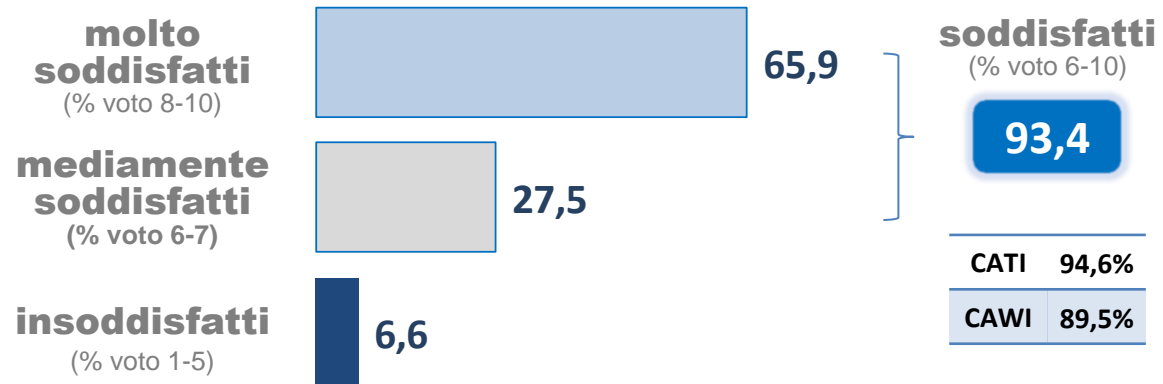
|             |            |
|-------------|------------|
| <b>CATI</b> | <b>7,4</b> |
| <b>CAWI</b> | <b>6,8</b> |



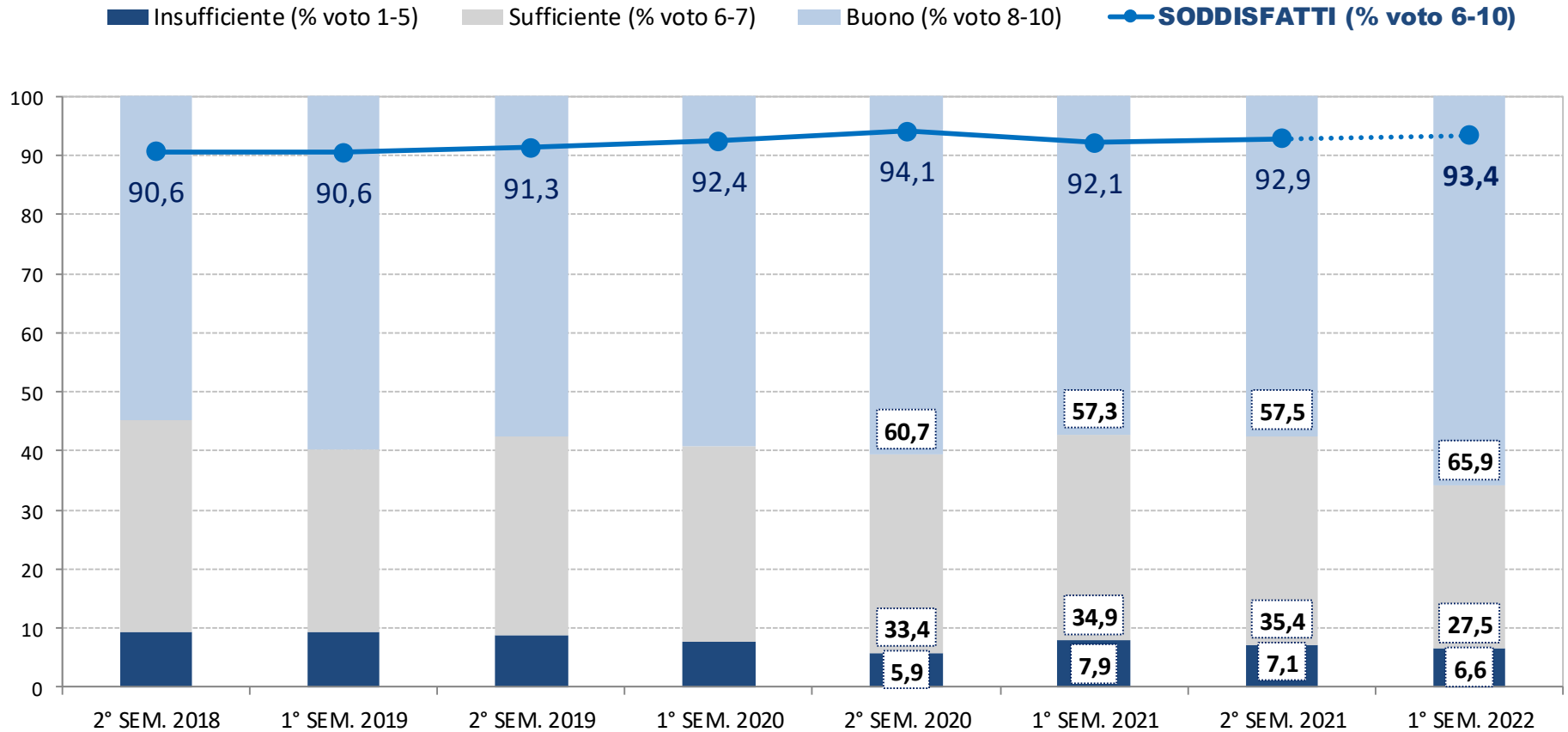
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]”



“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]



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



“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”

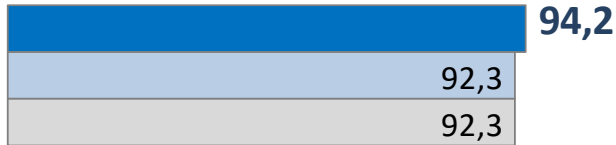
■ 1° SEM. 2022   ■ 2° SEM. 2021   ■ 1° SEM. 2021

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

**VOTO MEDIO**

**IMPORTANZA** (% di citazione)

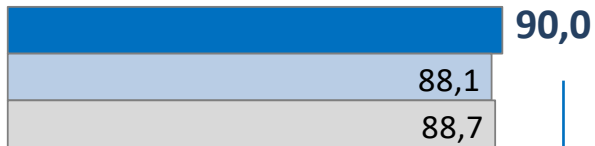
CONTINUITÀ  
DEL SERVIZIO



8,1

77,0

LIVELLO DI  
PRESSIONE ACQUA



7,8

23,0

**CONDOMINIO**



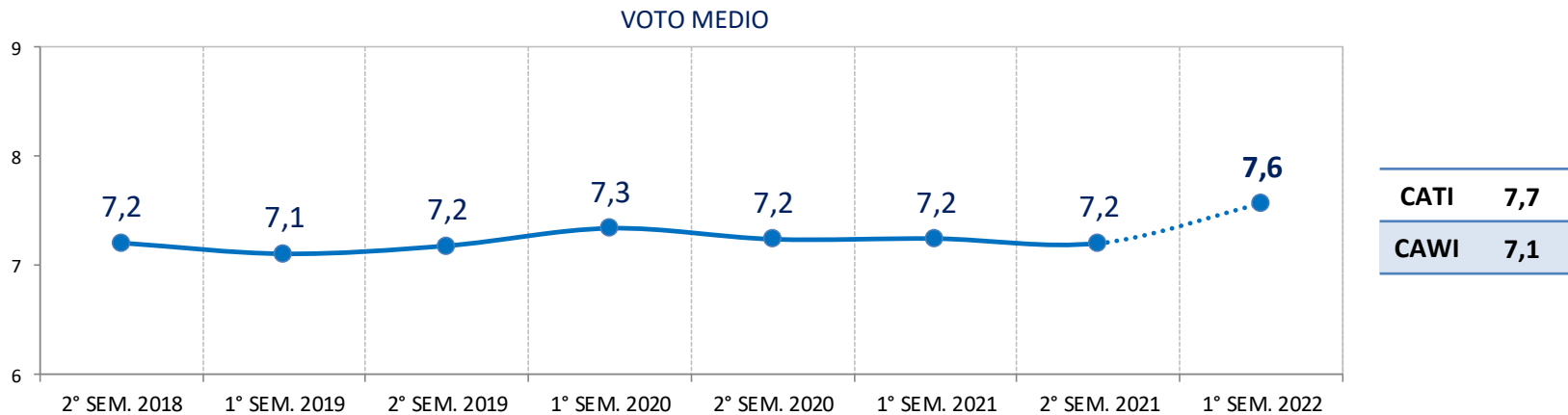
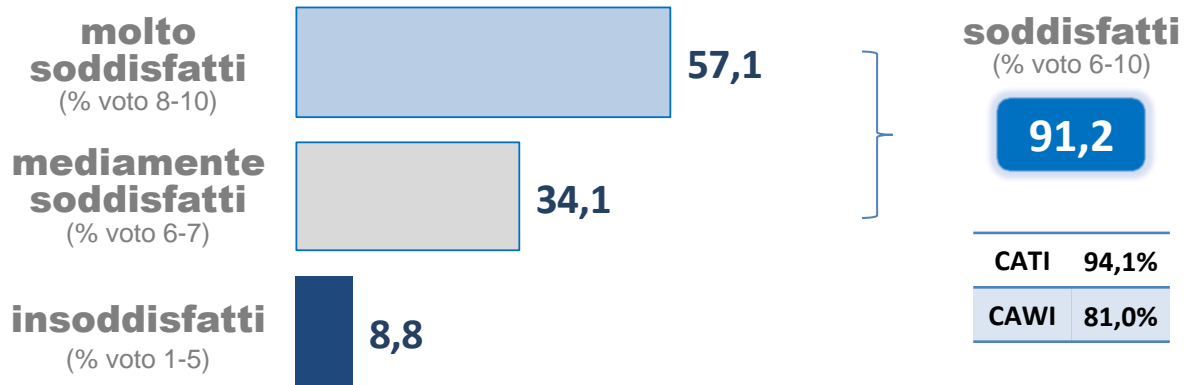
88,1%

**UNITÀ INDIPENDENTE**

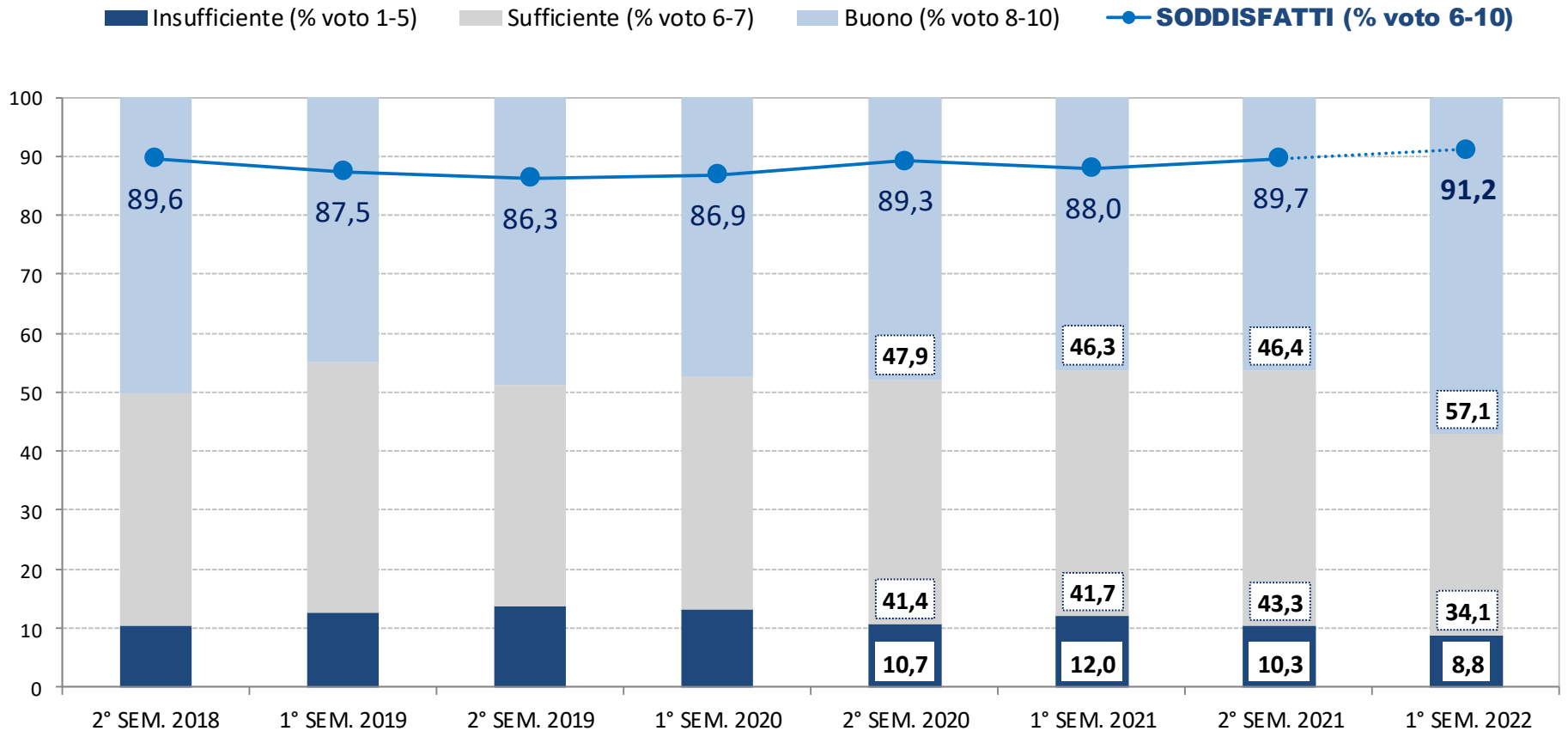


92,1%

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



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



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

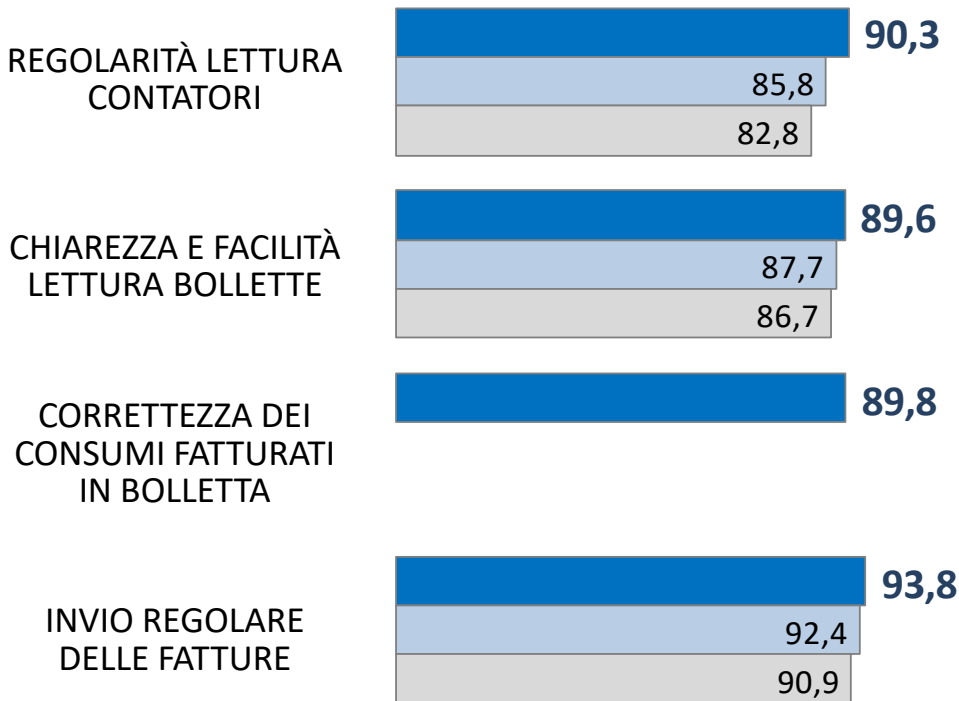
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 2 risposte)

■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021

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

**VOTO MEDIO**

**IMPORTANZA** (% di citazione)



7,6

7,6

7,6

8,0

29,2

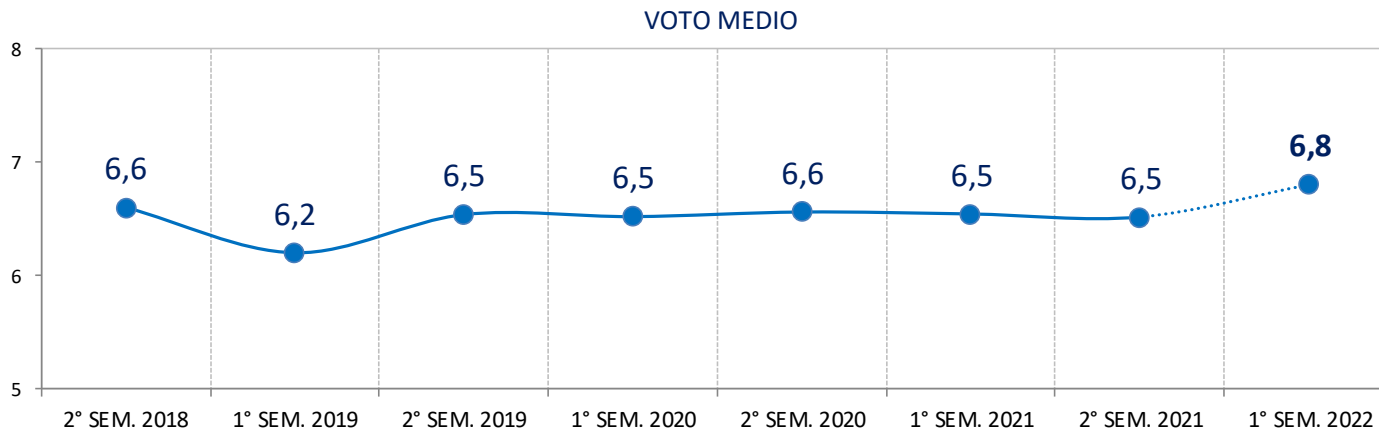
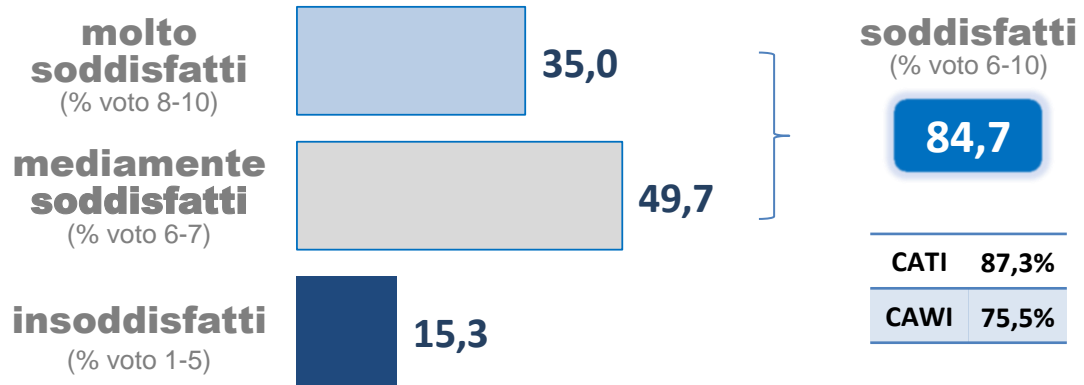
42,9

54,3

29,6

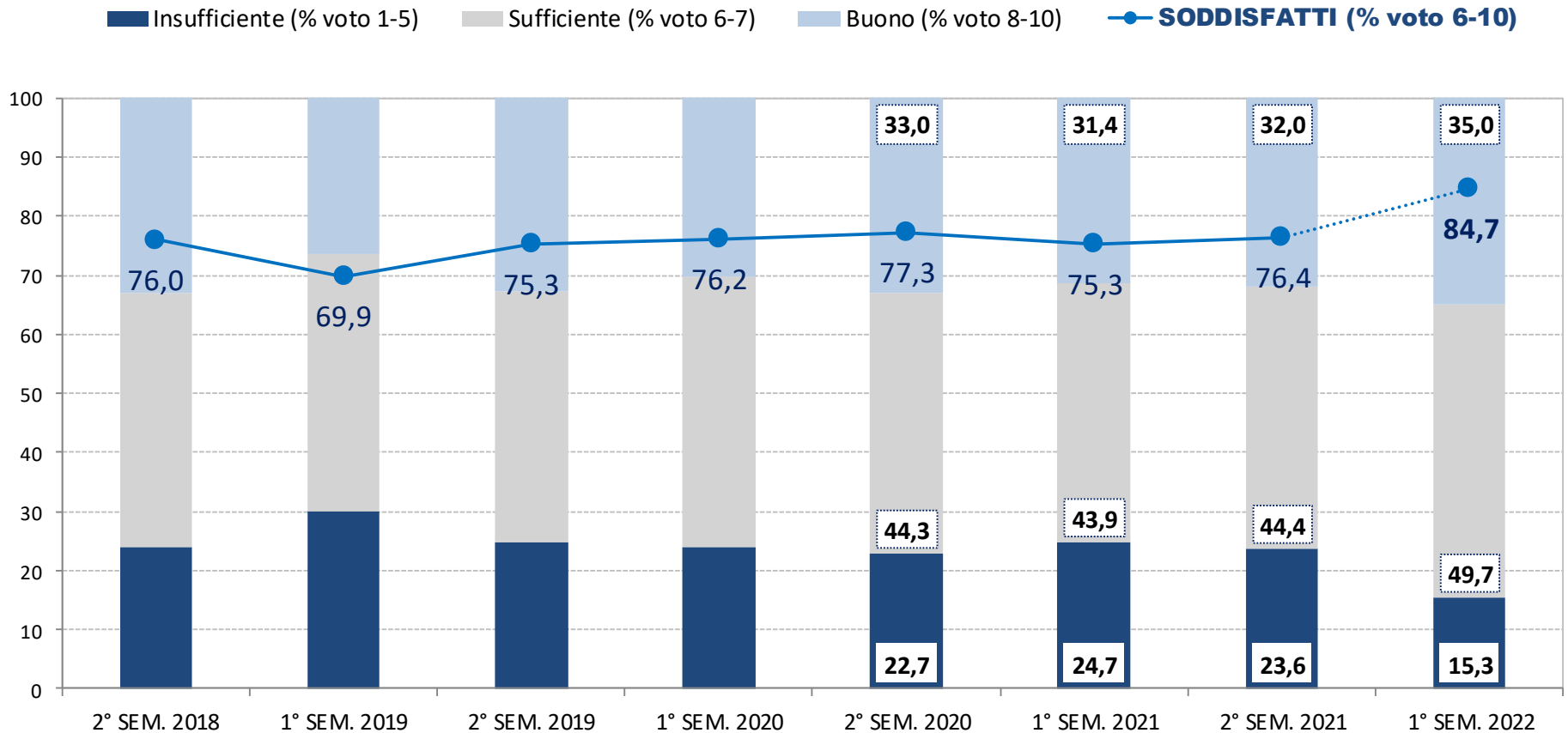


“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

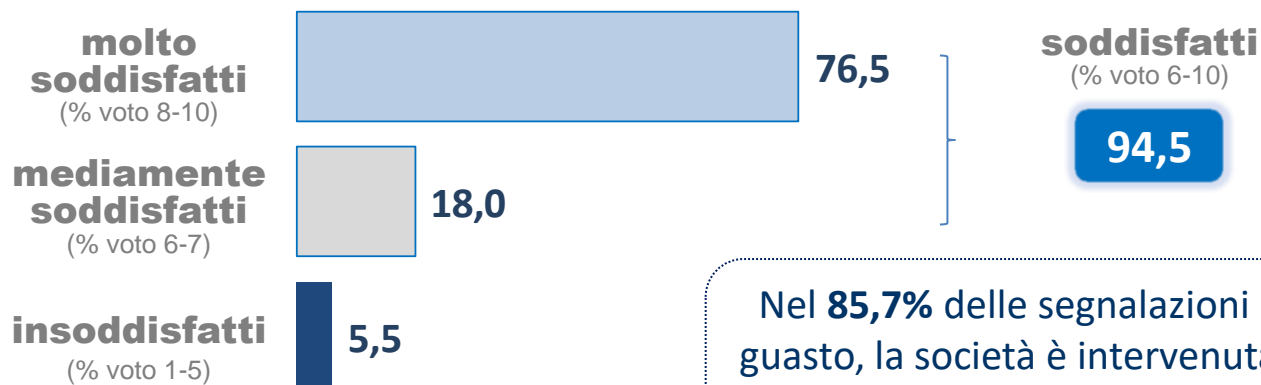


|             |            |
|-------------|------------|
| <b>CATI</b> | <b>6,9</b> |
| <b>CAWI</b> | <b>6,4</b> |

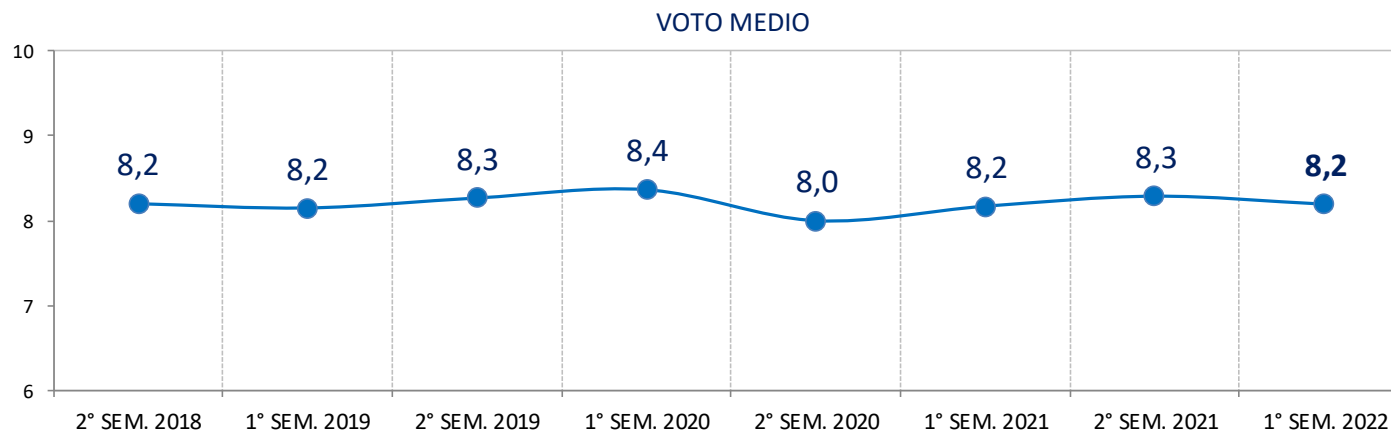
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



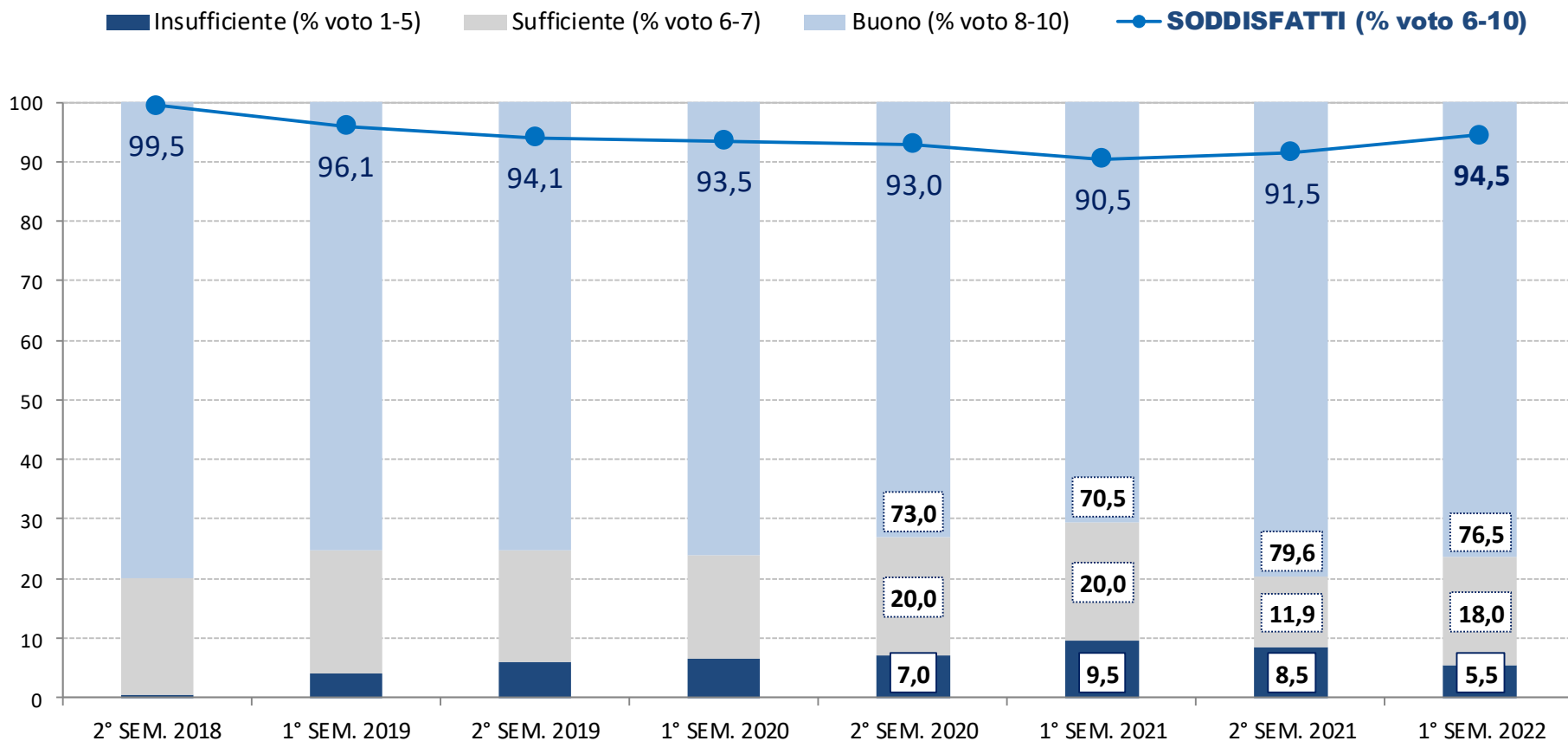
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Nel **85,7%** delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio  
[90,3%, 2° SEM. 2021]



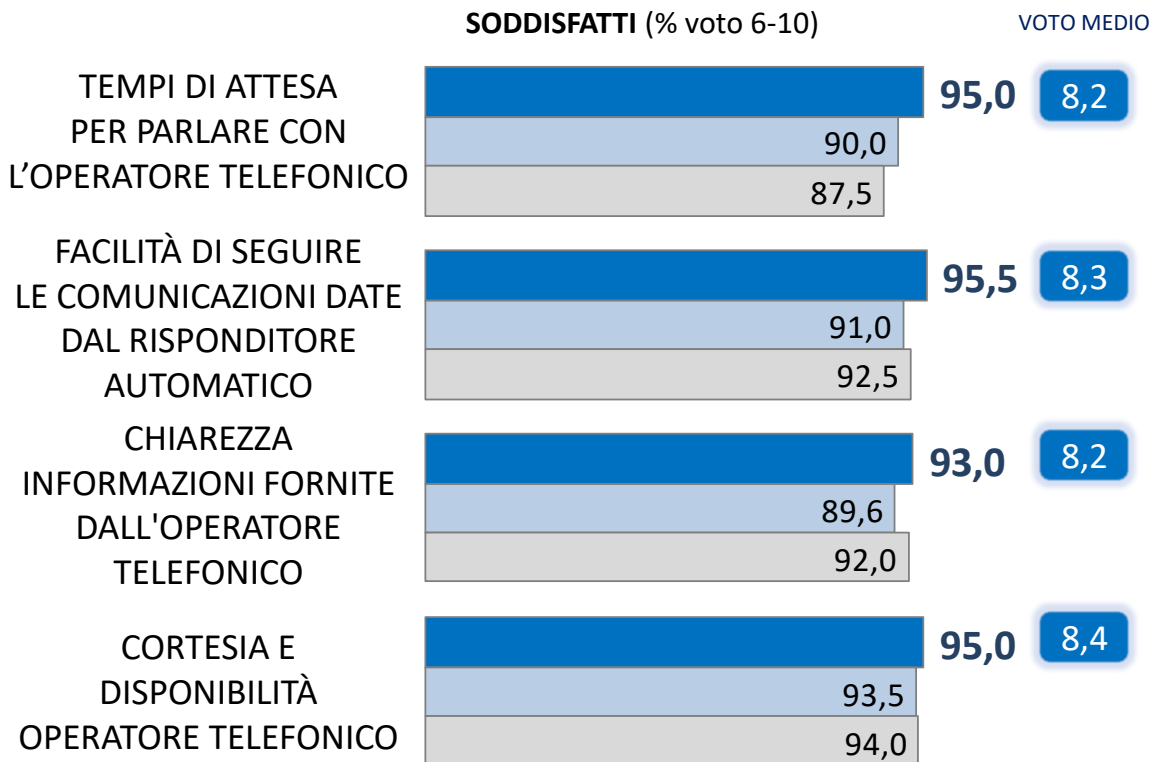
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



# Segnalazione guasti: indicatori performance

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

■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021



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

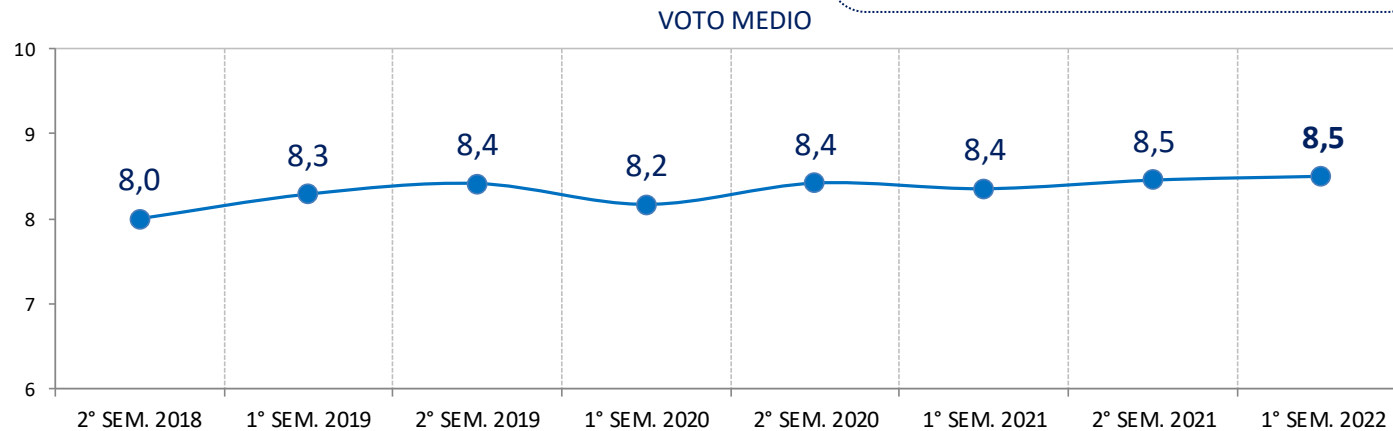
IMPORTANZA (% di citazione)



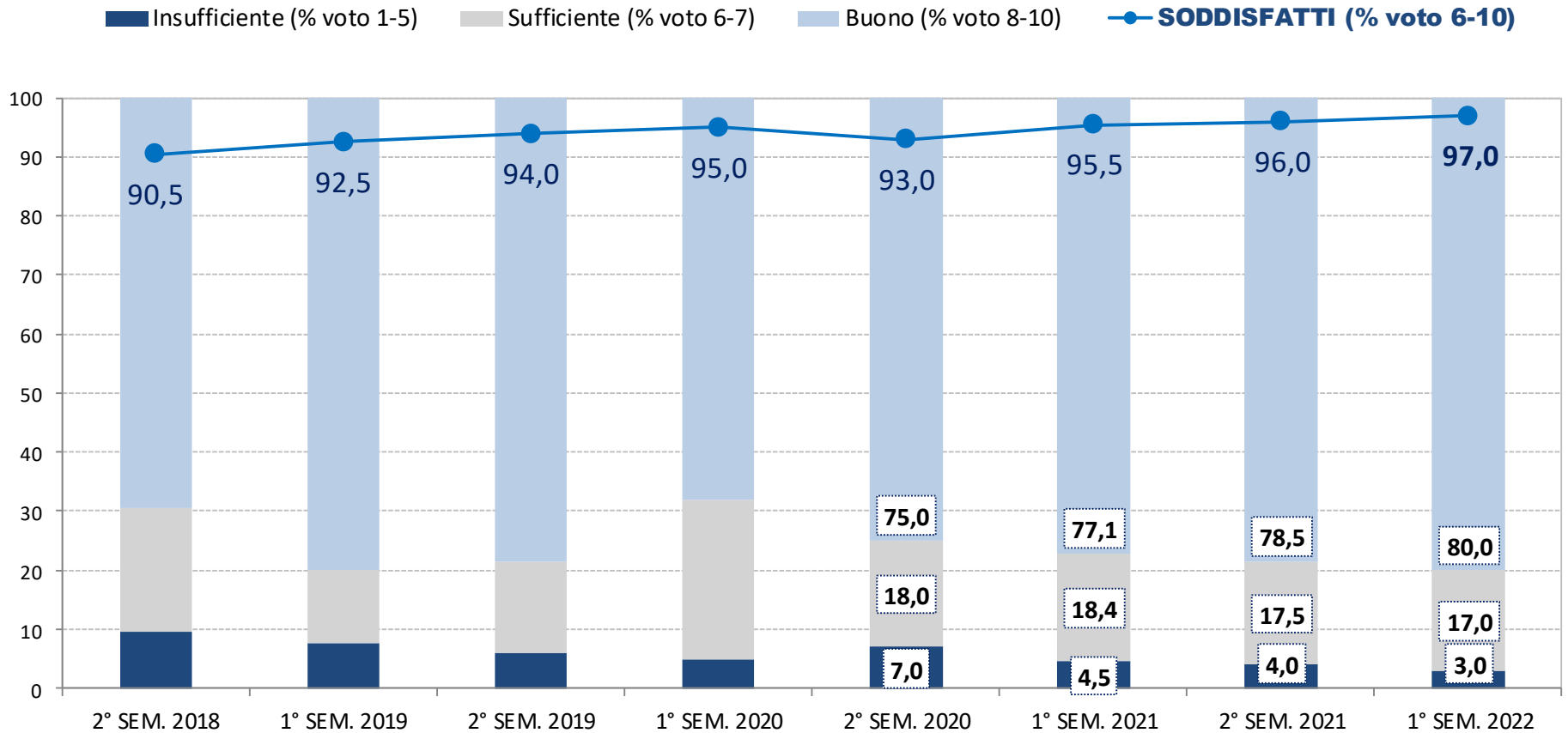
“Considerando complessivamente l’intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



**Il 97,5% del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l’intervento tecnico**  
[97,5%, 2° SEM. 2021]



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



Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO



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

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

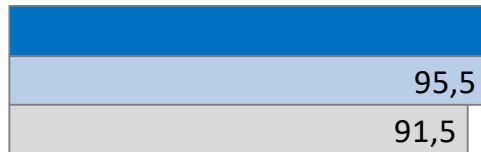
■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021

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

**VOTO MEDIO**

**IMPORTANZA** (% di citazione)

RAPIDITÀ DI INTERVENTO  
DOPO LA RICHIESTA

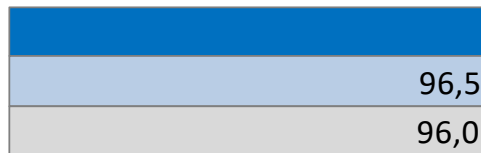


95,0

8,5

40,0

RISPETTO DEGLI ORARI  
DEGLI APPUNTAMENTI  
DA PARTE DEI TECNICI

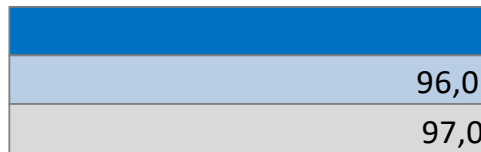


97,0

8,6

24,5

CORTESIA E  
DISPONIBILITÀ  
DEI TECNICI

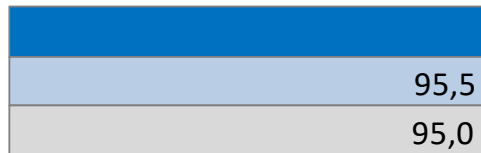


97,0

8,6

52,0

COMPRESIONE DEL  
PROBLEMA E CAPACITÀ  
DI RISPOSTA/RISOLUZIONE



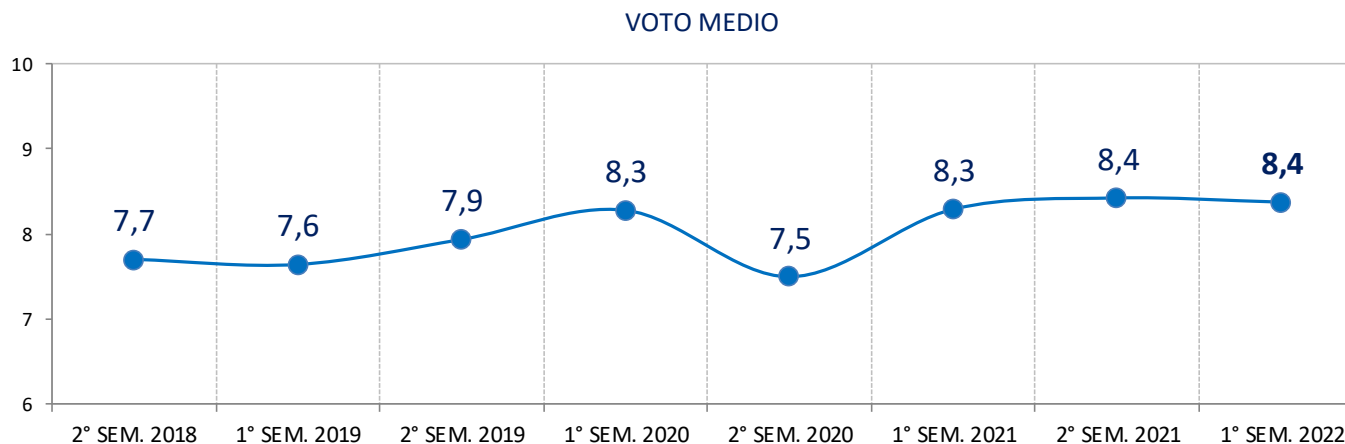
96,0

8,5

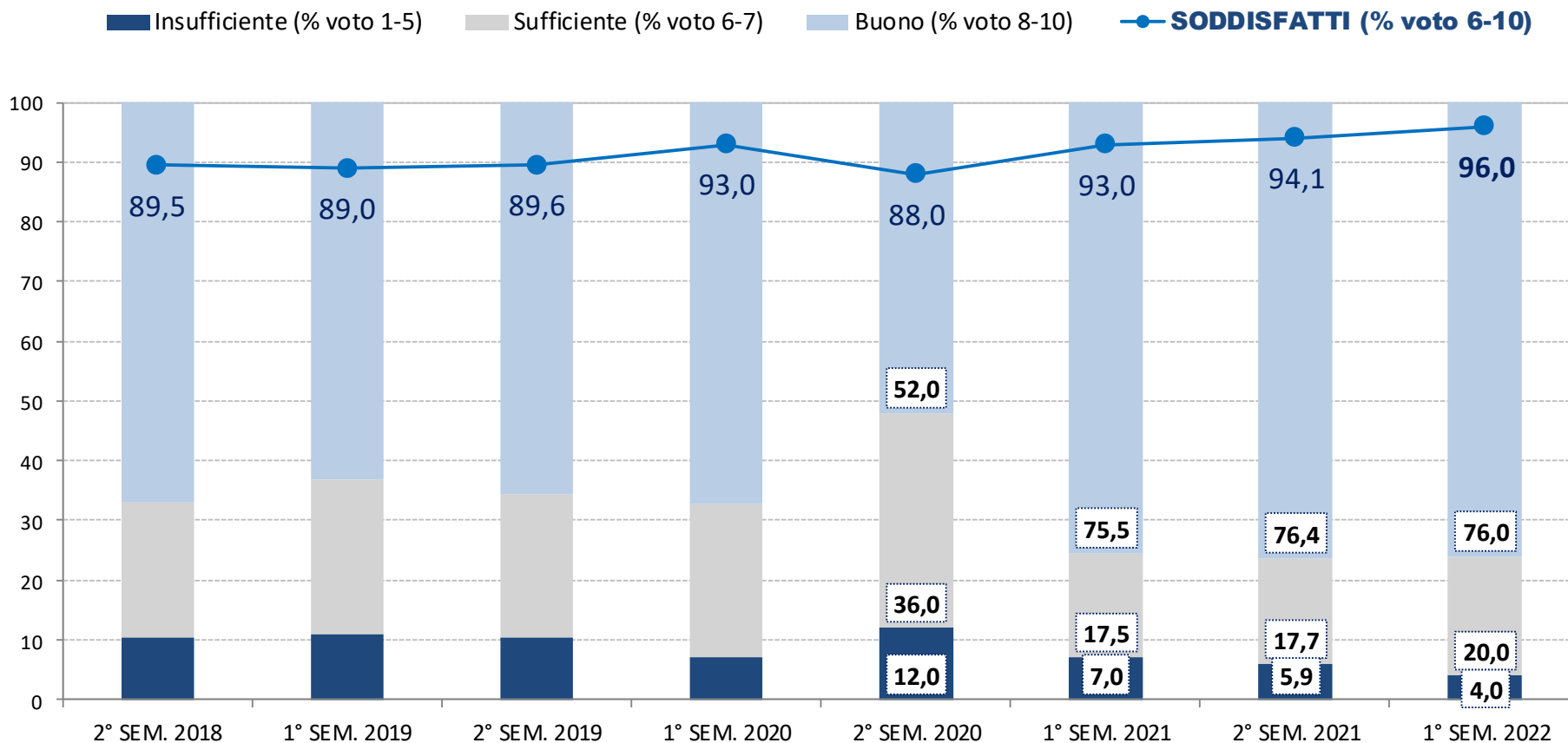
36,0

Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

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



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



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

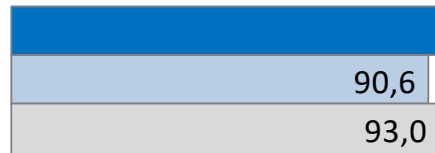
■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021

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

**VOTO MEDIO**

**IMPORTANZA** (% di citazione)

FACILITÀ DI SEGUIRE  
LE COMUNICAZIONI DEL  
RISPONDITORE AUTOMATICO

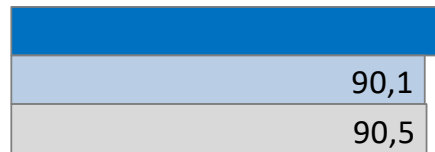


95,0

8,3

14,5

TEMPI DI ATTESA



93,0

8,2

16,5

COMPETENZA  
DELL'OPERATORE

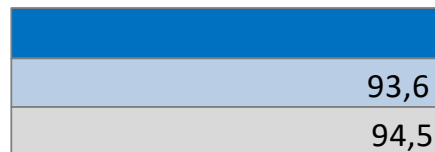


95,5

8,5

56,0

CORTESIA E DISPONIBILITÀ  
DELL'OPERATORE

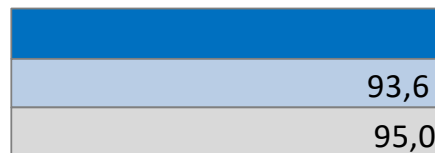


96,0

8,6

28,0

CHIAREZZA INFORMAZIONI  
FORNITE DALL'OPERATORE



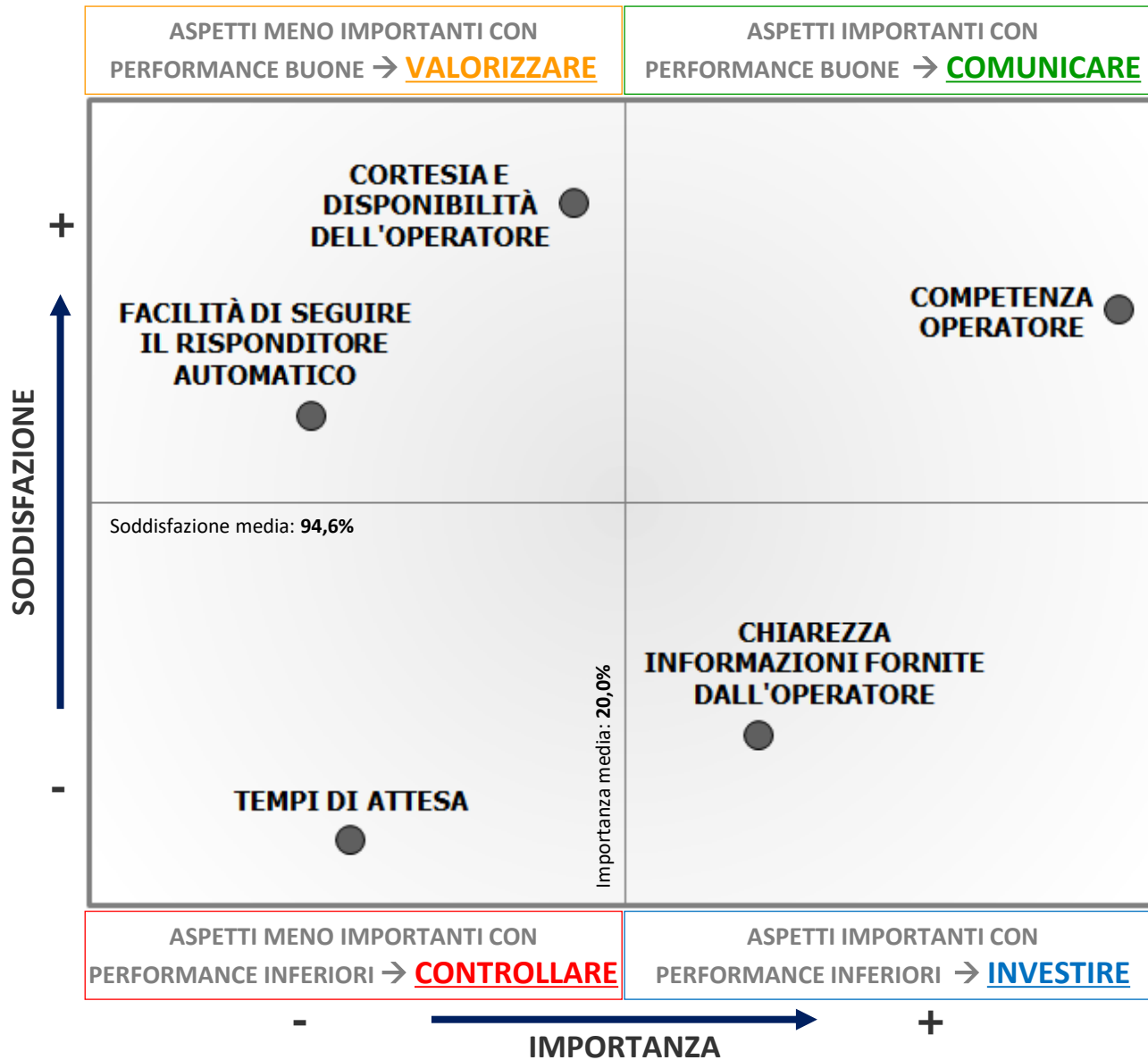
93,5

8,4

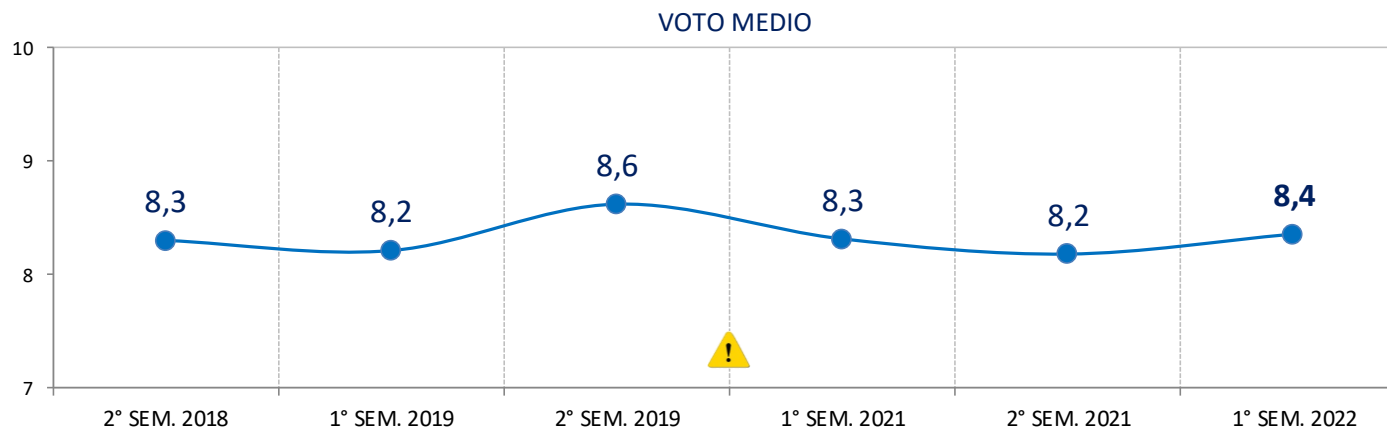
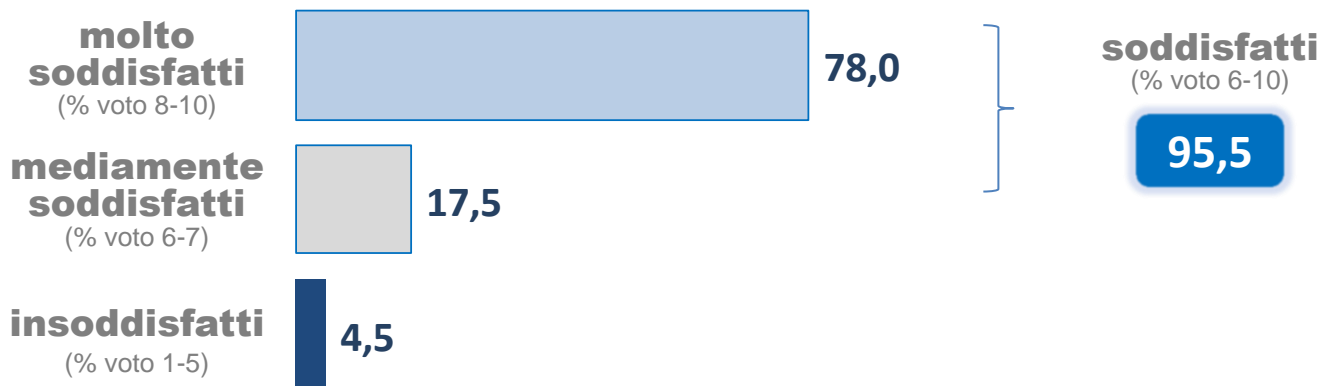
37,0



# Punti di forza e priorità di intervento



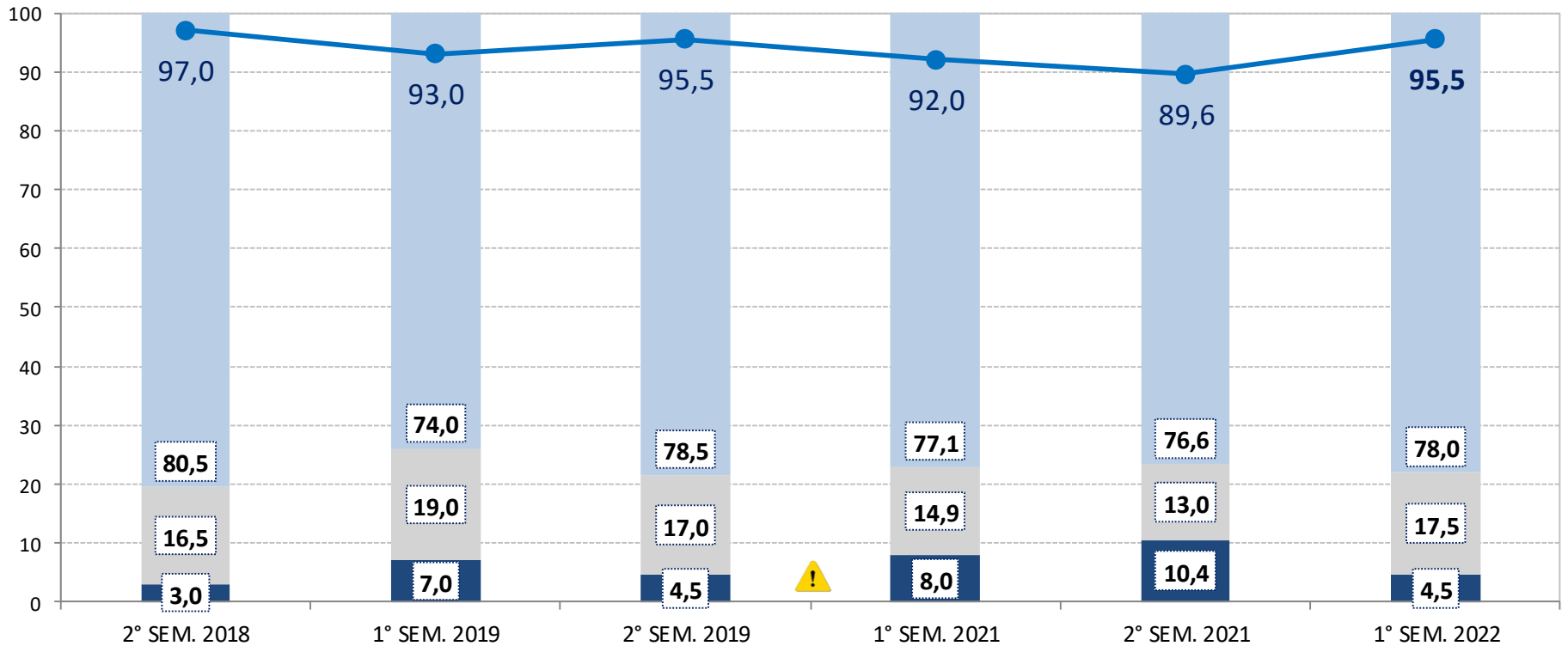
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



! 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]

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



! Non rilevato nell'anno 2020

# Sportello - indicatori di performance

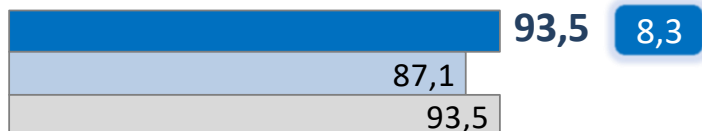
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021

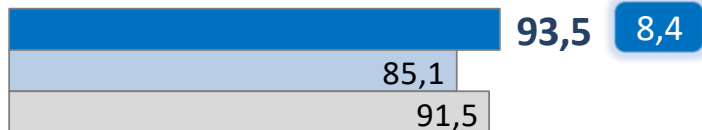
**SODDISFATTI** (% voto 6-10)

**VOTO MEDIO**

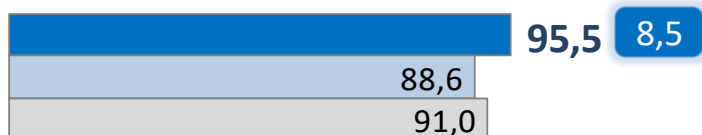
TEMPO TRA DATA DI  
PRENOTAZIONE E DATA  
FISSATA PER LA VISITA



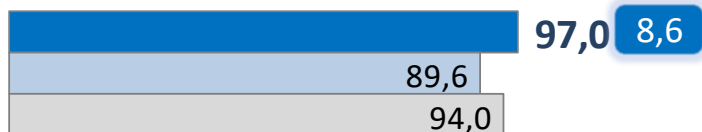
TEMPI DI GESTIONE  
DELL'OPERATORE



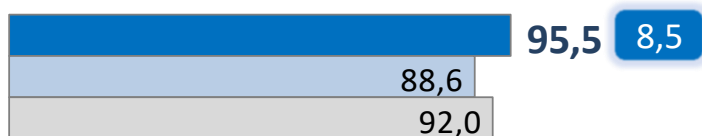
COMPETENZA  
DELL'OPERATORE



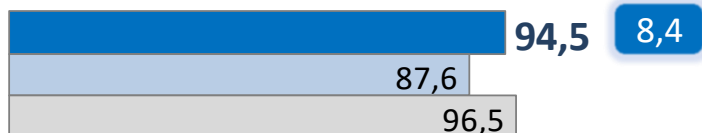
CORTESIA E DISPONIBILITÀ  
DELL'OPERATORE



CHIAREZZA DELLE  
INFORMAZIONI FORNITE  
DALL'OPERATORE



ACCOGLIENZA -  
COMFORT DEI LOCALI



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

**IMPORTANZA** (% di citazione)

19,5

25,5

35,0

36,5

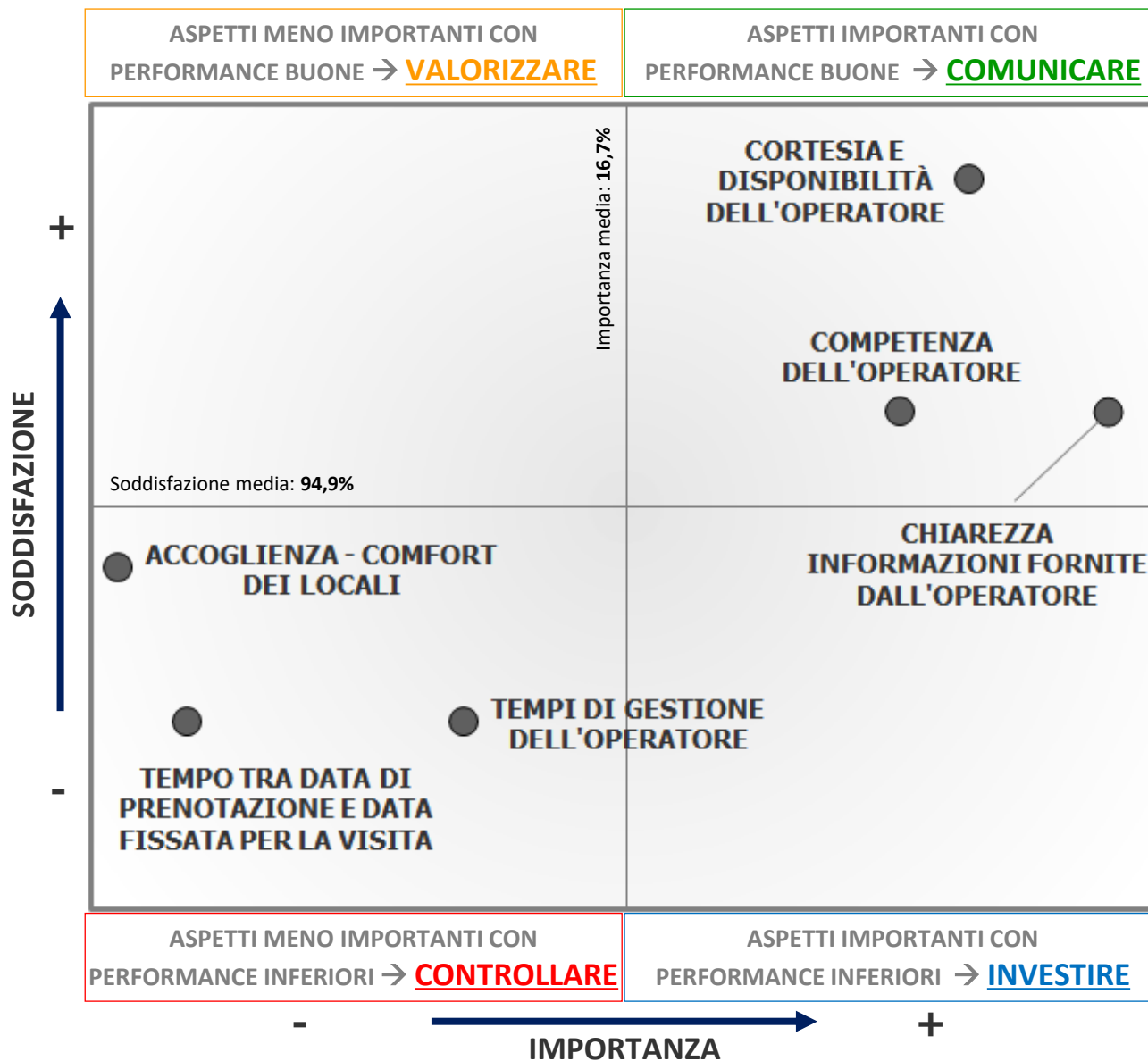
39,5

18,0

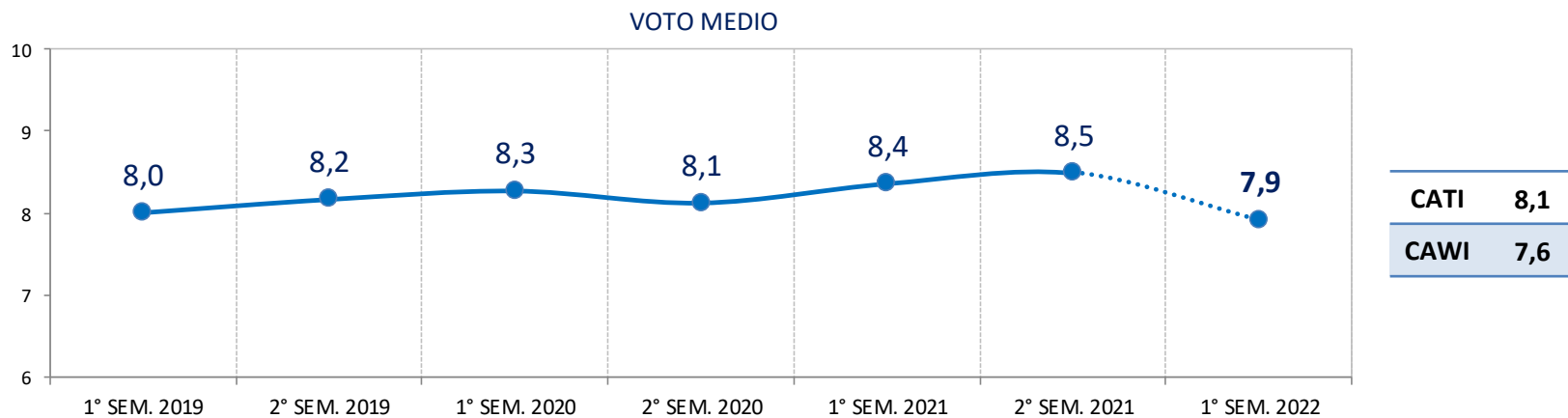
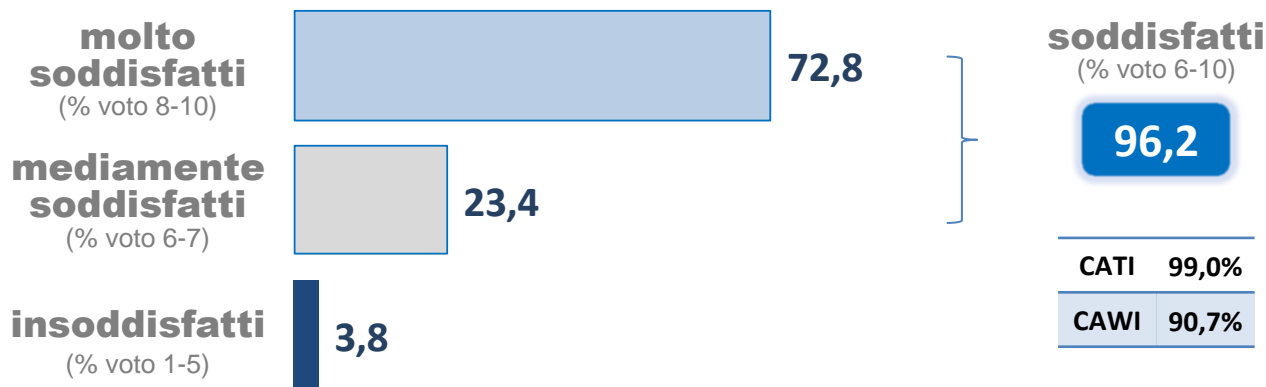




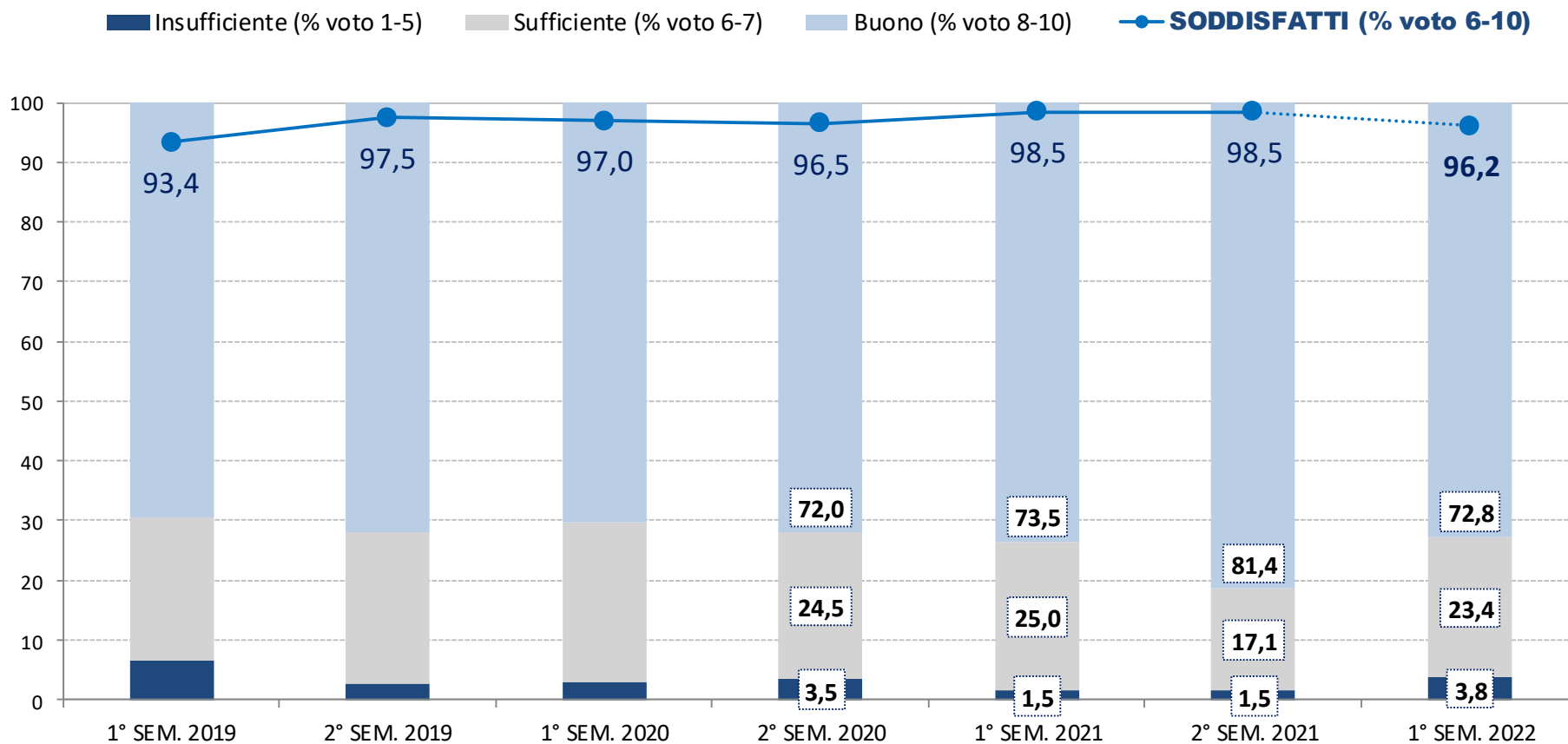
# Punti di forza e priorità di intervento



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

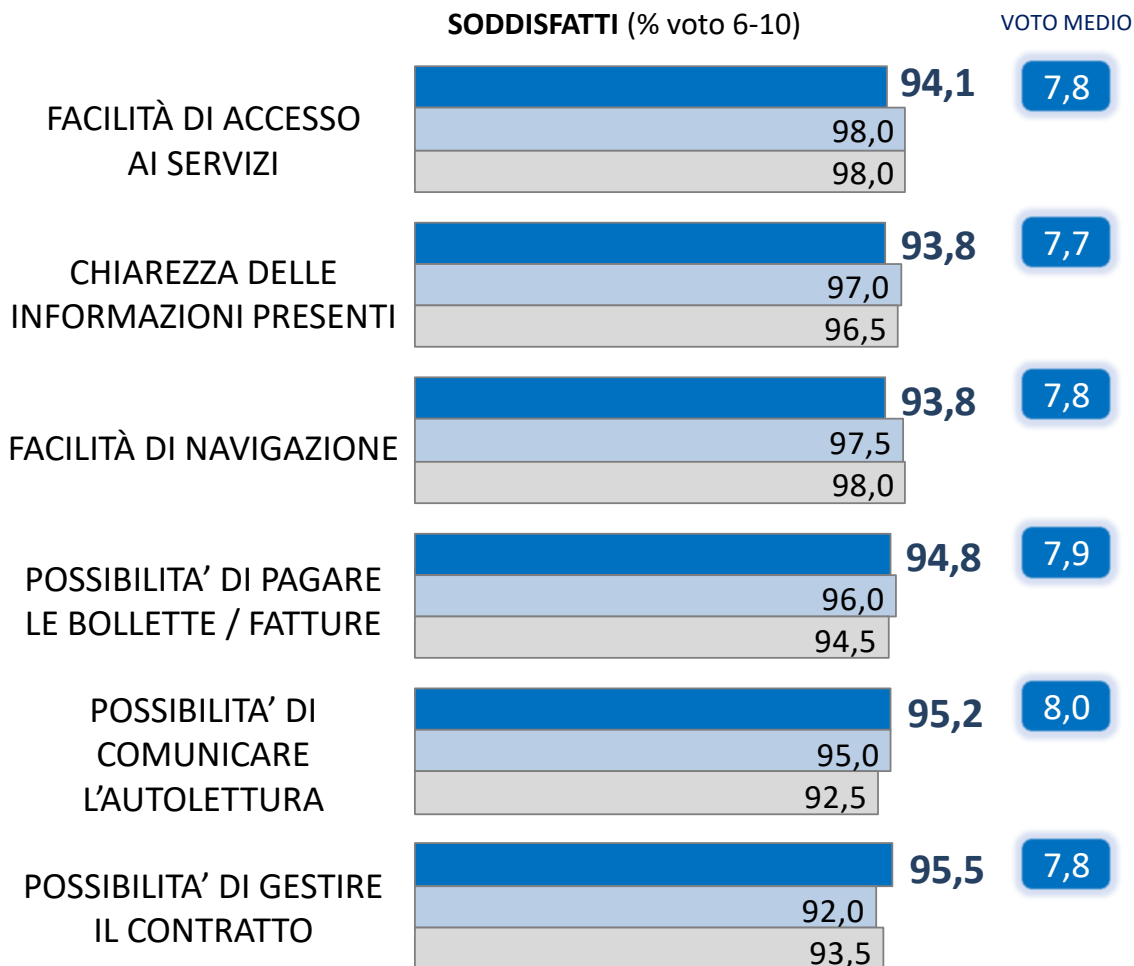


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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

■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021

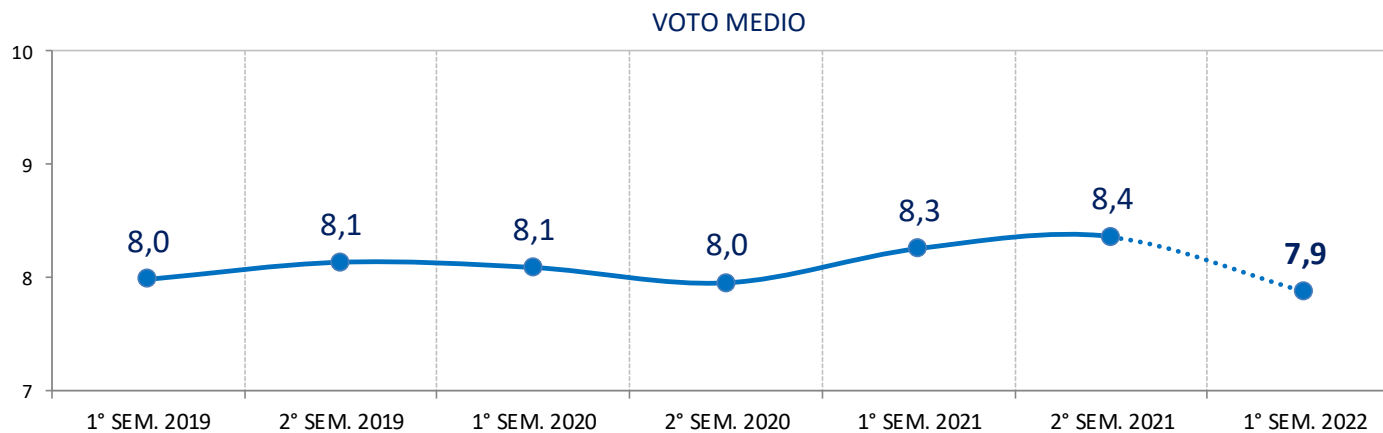
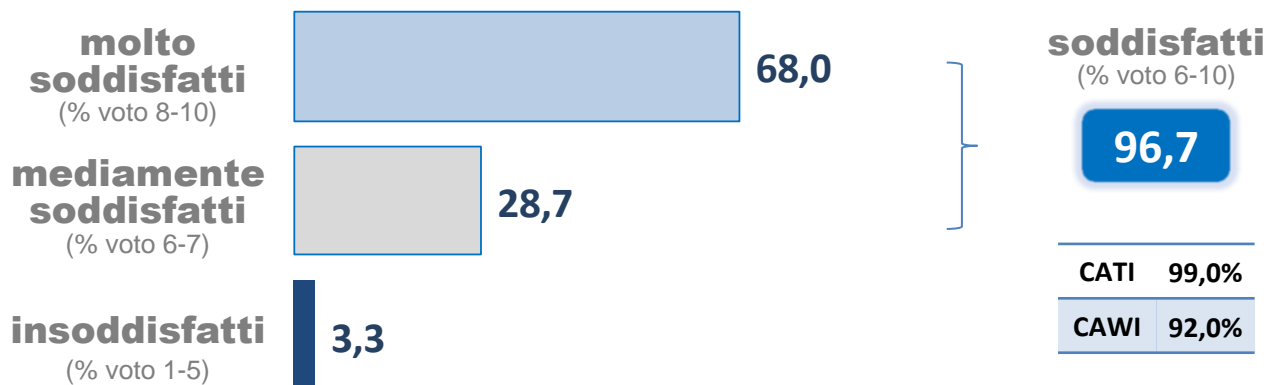


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 3 risposte)

**IMPORTANZA** (% di citazione)

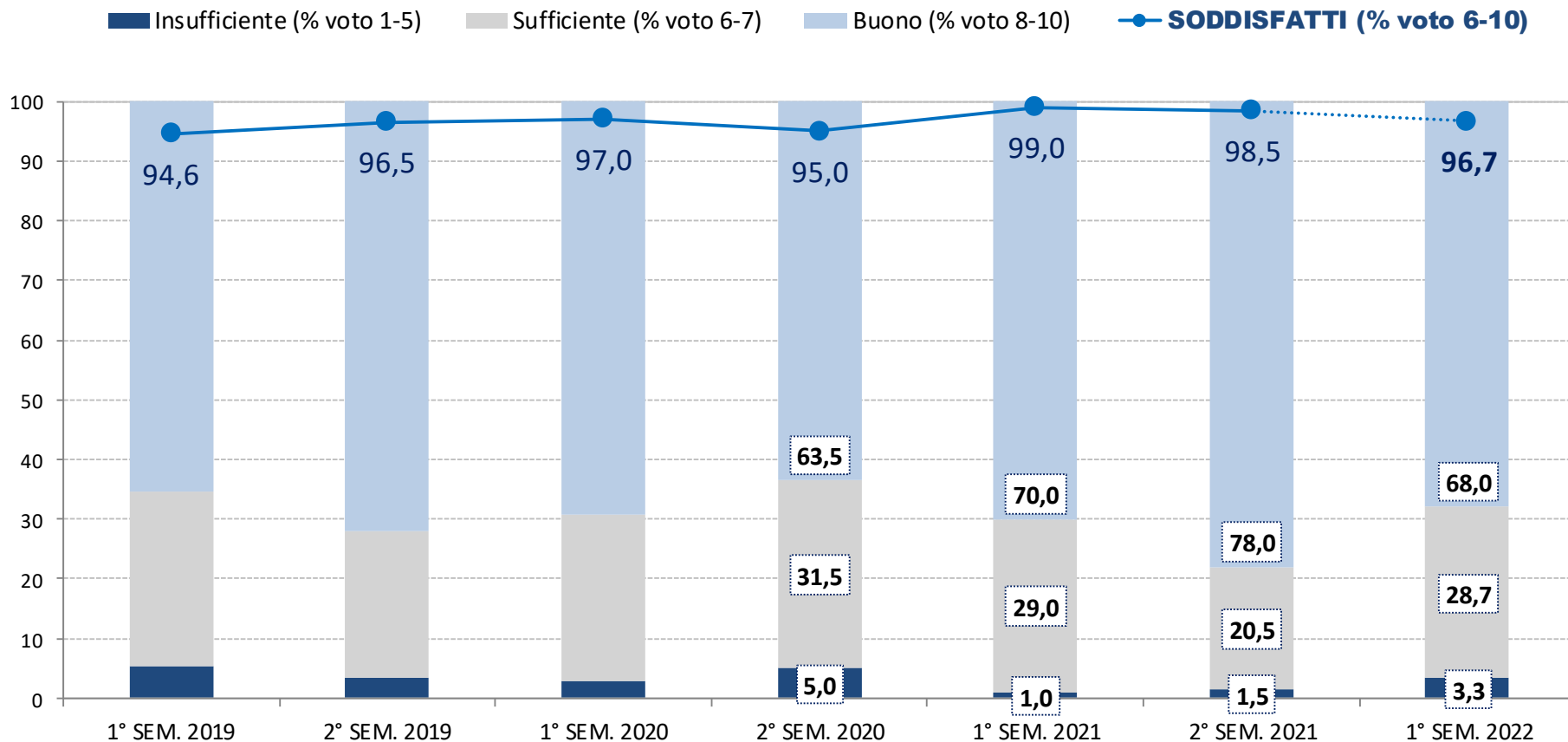


“Considerando complessivamente il sito Internet di AdF, che voto dà?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



|      |     |
|------|-----|
| CATI | 8,1 |
| CAWI | 7,5 |

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



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

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

■ 1° SEM. 2022   ■ 2° SEM. 2021   ■ 1° SEM. 2021

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

VOTO MEDIO

**IMPORTANZA** (% di citazione)

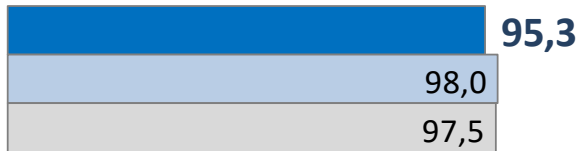
REPERIBILITÀ  
INDIRIZZO INTERNET



7,9

22,7

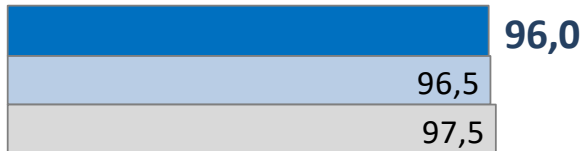
FACILITÀ DI NAVIGAZIONE  
ALL'INTERNO DEL SITO



7,9

72,3

RICCHEZZA INFORMAZIONI  
PRESENTI SUL SITO



7,8

40,0

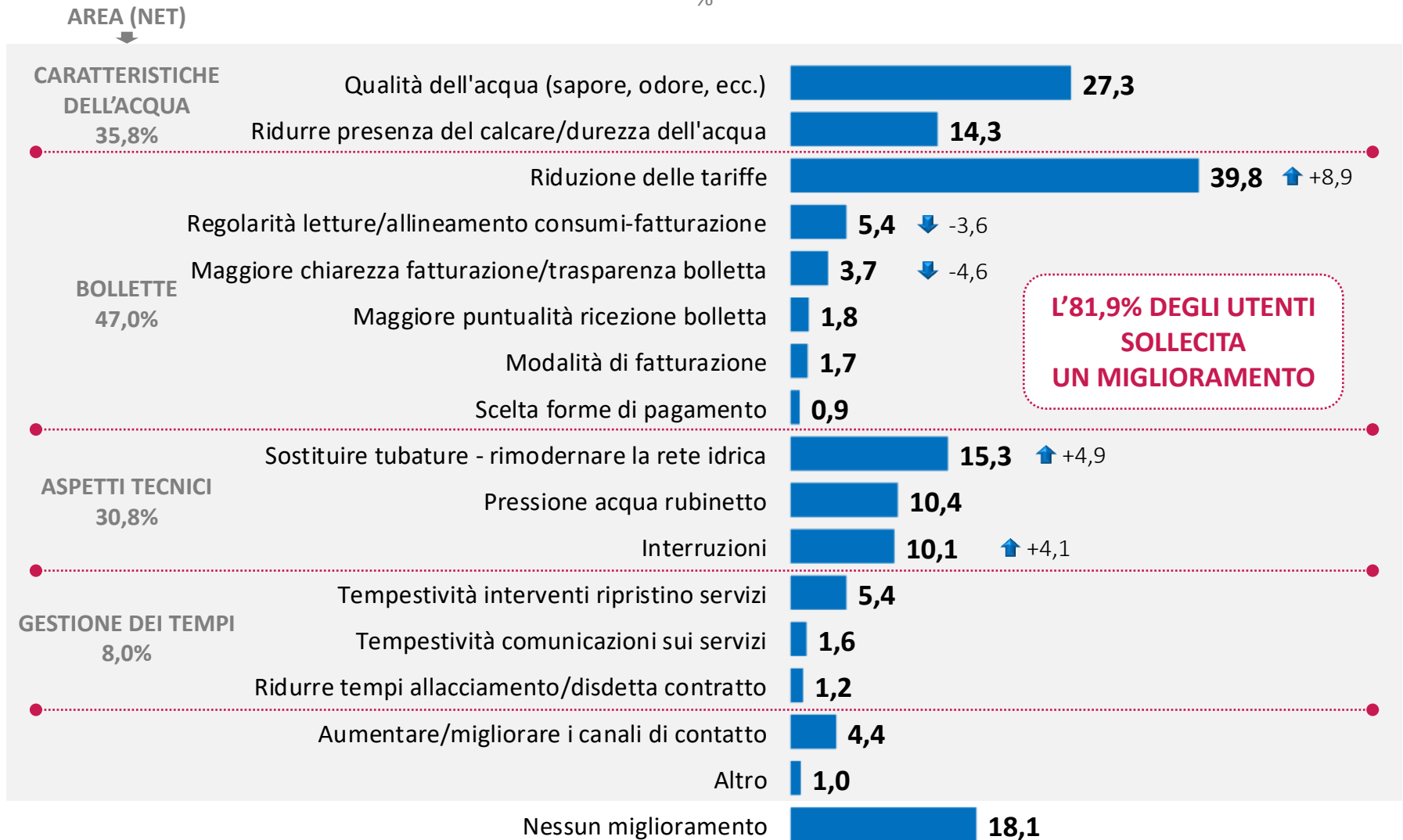
# Sezione Open: altri temi

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





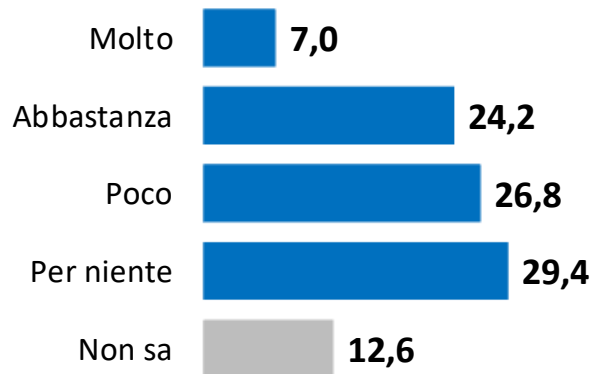
“Quali aspetti del servizio idrico fornito ritiene che debbano essere migliorati?” (risposta multipla)  
%



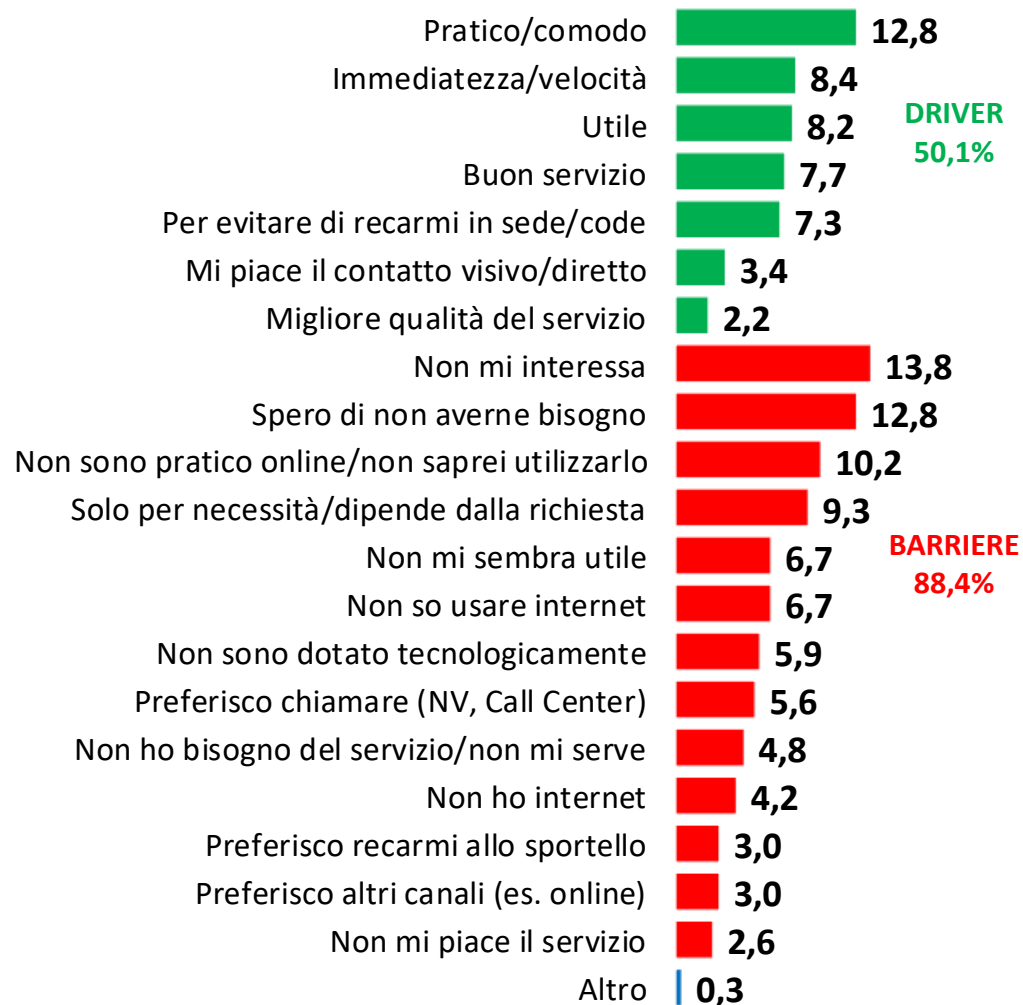
## L'11,1% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA

↑ +1,5

“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 NV?

|  |   |
|--|---|
| BOLLETTA   | GOOGLE/INTERNET   |
|  |  |
| 72,0%  | 12,5%   |

Linea subito libera 87,0%

### Tentativi per soddisfare la richiesta

|                         |       |
|-------------------------|-------|
| 1 <sup>a</sup> chiamata | 82,5% |
| chiamata successiva     | 16,5% |

altro canale contattato 7,0%

*“Verifica alcuni aspetti prima di rispondere”  
 “Non riusciva ad accedere al servizio”  
 “Problema irrisolto, persistenza”  
 “Doveva verificare la fattura”*

*Il 42,9% ha tentato di risolvere il problema tramite l'invio di corrispondenza elettronica*

### Informazioni coerenti nei diversi contatti

 44 RISPOSTE

- del tutto 27,3%
- abbastanza 56,8%

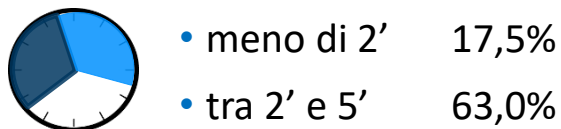
### Principali motivi di chiamata


- Informazioni su bollette 34,5%
- Voltura / subentro 15,5%
- Richiesta di un nuovo allaccio/interventi sul contatore 11,5%
- Autolettura 10,0%
- Rettifica bollette o richieste di duplicato 9,5%


### SODDISFATTI DI... 31 RISPOSTE

- Tempo di evasione della richiesta 90,3%
- Facilità dell'iter in modalità digitale 77,4%

### Durata della chiamata



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

 Non risolve, perché...



*“Deve procurarsi della documentazione e ricontattarli”  
 “Rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”*

## Tentativi per soddisfare la richiesta

1<sup>a</sup> visita **92,5%**  
visita successiva **6,5%**

altro canale contattato **17,5%**

*“Verificare alcuni aspetti prima di rispondere”  
“Presentare documentazione mancante”  
“A lungo in attesa, senza parlare con qualcuno”  
“Non era presente l'operatore informato”*



Il 71,4% ha tentato di risolvere il problema contattando il Call Center/Numero Verde

## Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 44 RISPOSTE

- del tutto 52,3%
- abbastanza 29,5%

## Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto/variazione, disdetta 41,0%
- Informazioni su bollette 24,5%
- Richiesta nuovo allaccio o interventi su contatore 12,0%
- Modifica dati anagrafici 11,5%
- Pagamento bollette, pratiche domiciliazione bancaria 5,0%

## Cosa non era chiaro? ! 49 RISPOSTE

- 28,6% - La suddivisione del consumo in scaglioni ad importi differenziati
- 22,4% - La competenza di interessi di mora e spese di recupero del credito
- 14,3% - La detrazione dell'acconto nella bolletta a conguaglio

## Permanenza allo sportello



- meno di 5' 33,5%
- tra 5' e 15' 55,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **96,5%**



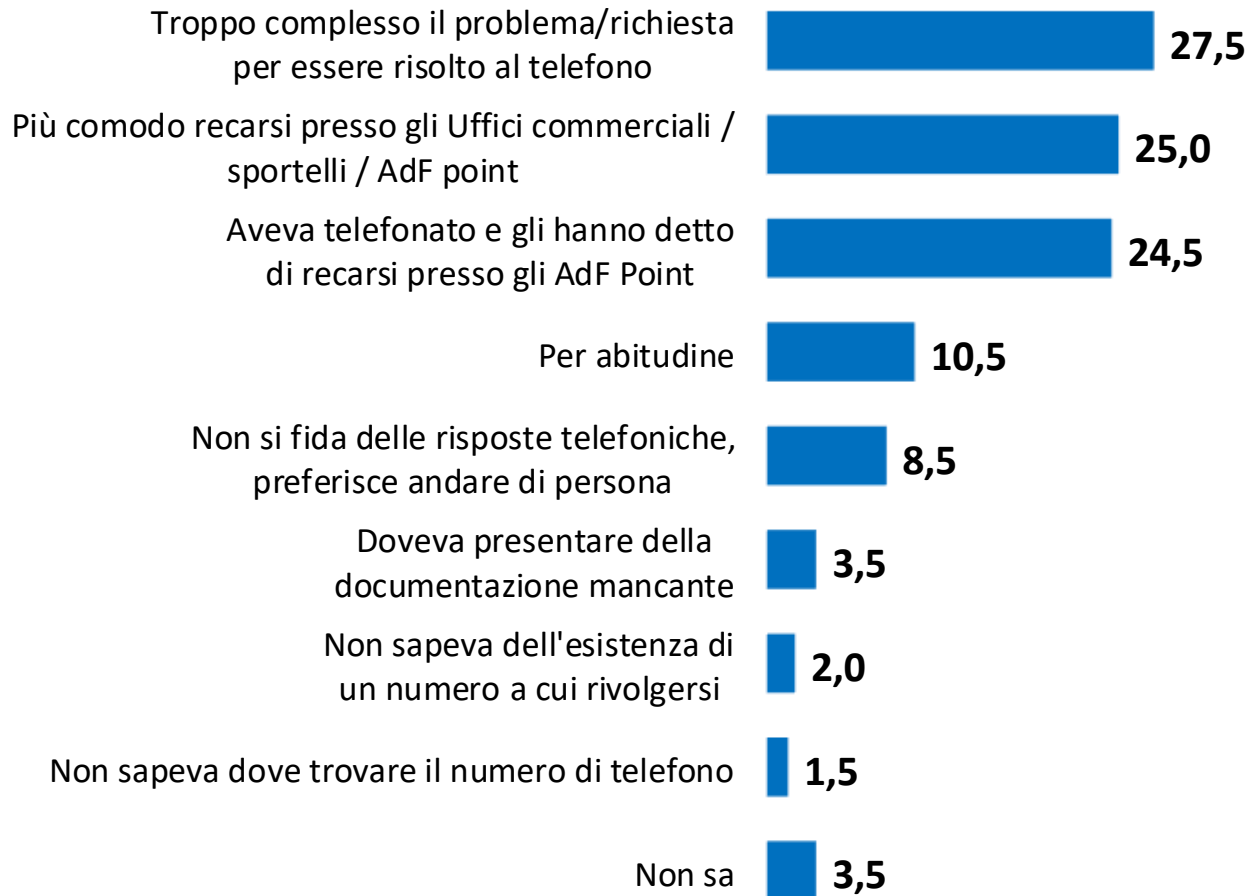
Non risolve, perché...



*“Hanno risposto che la richiesta non può aver seguito”  
“Il personale non ha saputo dare una risposta esaustiva”*

# Scelta dello sportello rispetto al NV

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



## Dove ha reperito l'indirizzo?

BOLLETTA



59,0%

SITO INTERNET



37,6%

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 41,0%

## Tramite lo sportello online



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **81,4%**



Alcune funzionalità sono carenti **17,2%**



*"Difficoltà/criticità di navigazione"*

*"Per concludere la pratica ho dovuto contattare il NV"*

*"Problemi nel registrare l'autolettura"*

*"Le risposte alle richieste / reclami arrivano in ritardo"*

## Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 58,0%
- Pagamento della bolletta / fattura 52,0%
- Visualizzazione estratto conto 22,7%
- Gestione del contratto 21,7%
- Informazioni contrattuali 12,0%



**Il 4,8% ha riscontrato difficoltà nella registrazione a MyFiora**

*"Non è stato semplice rintracciare la sezione per la registrazione"*

*"Non accettava il numero di telefono"*

*"Non arrivava il link di conferma"*

**22,8% ha utilizzato altri canali, quali...**



**Informazioni coerenti nei diversi contatti**

- del tutto 36,4%
- abbastanza 43,9%

**! 66 RISPOSTE**



77,3%



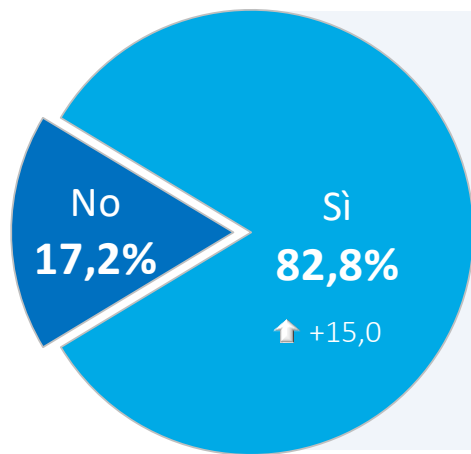
22,7%



21,2%

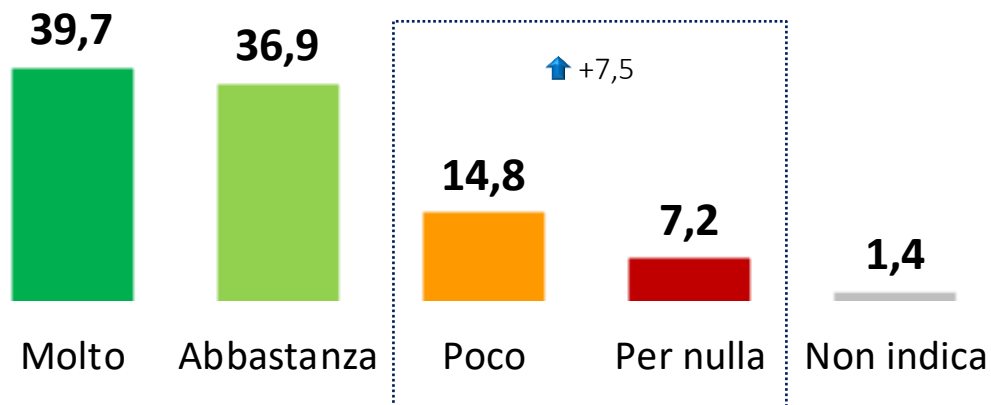


“Lei sa che esiste l’applicazione MyFiora scaricabile gratuitamente sullo smartphone dove è possibile effettuare le principali operazioni dello sportello online, come consultare lo stato dei pagamenti, inviare l’autolettura, etc?”

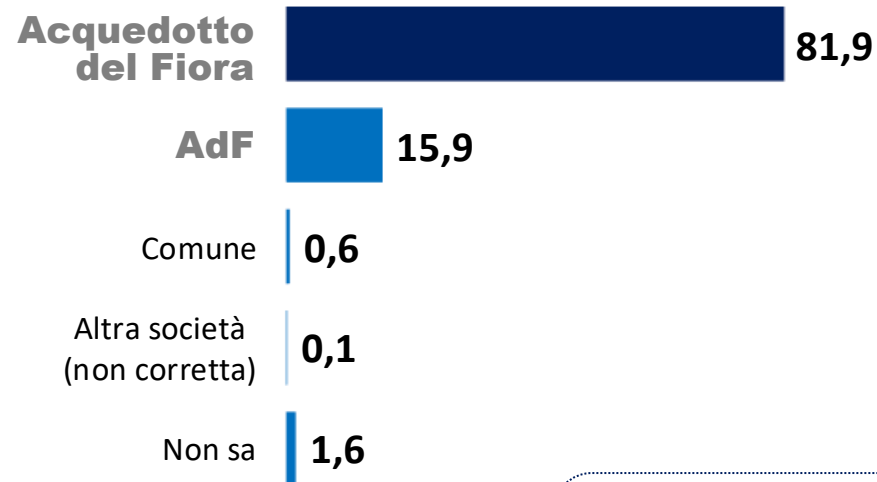


Al **69,6%** è capitato di utilizzare l’App MyFiora dal proprio smartphone

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



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



Il **68,2%** del campione  
sa che AdF gestisce anche  
il servizio di fognatura e depurazione

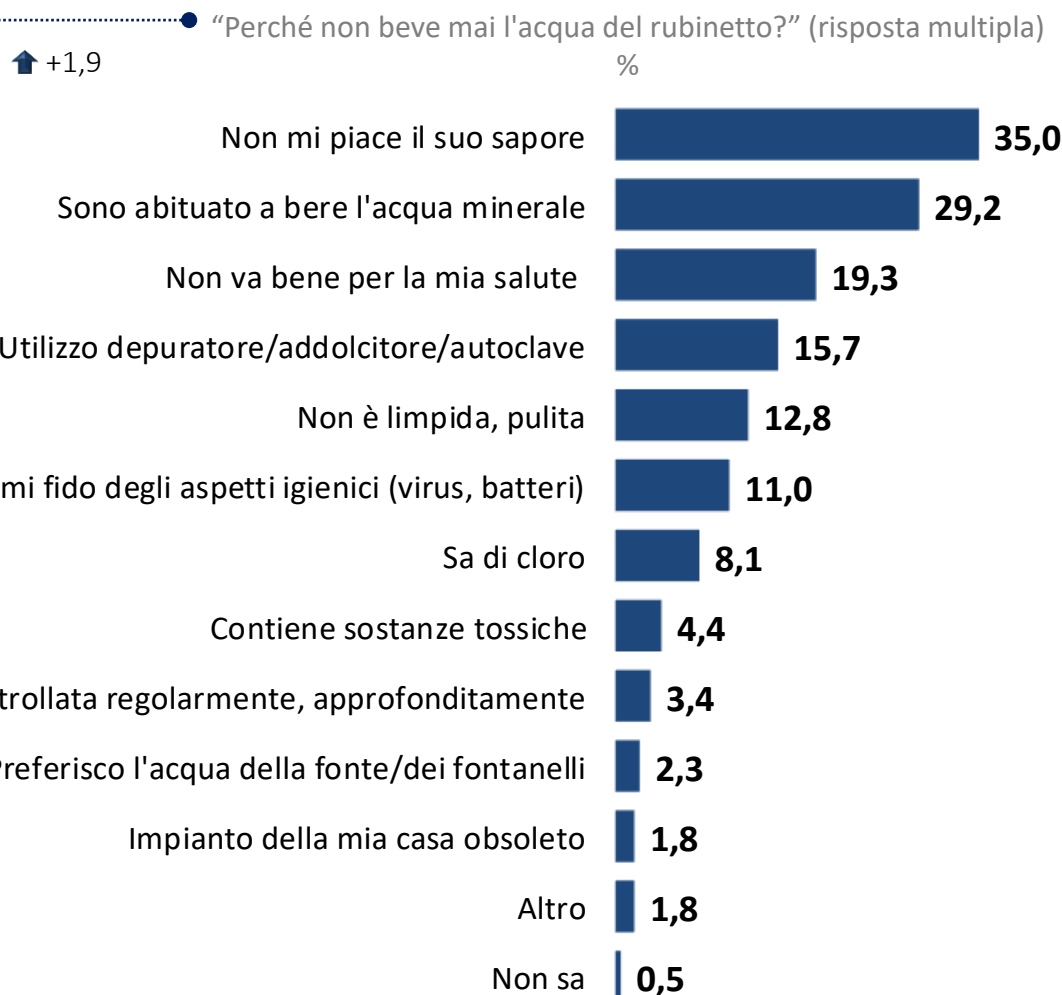
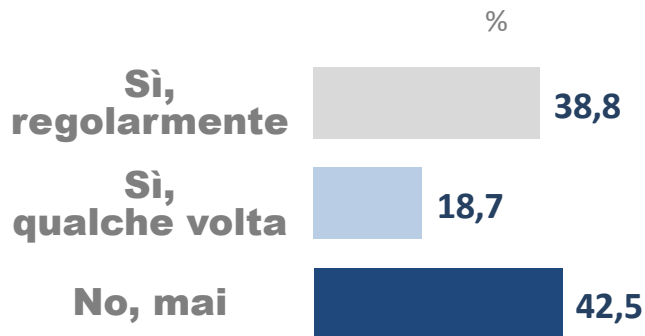
[68,4%, 2° SEM. 2021]



# Utilizzo dell'acqua potabile



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



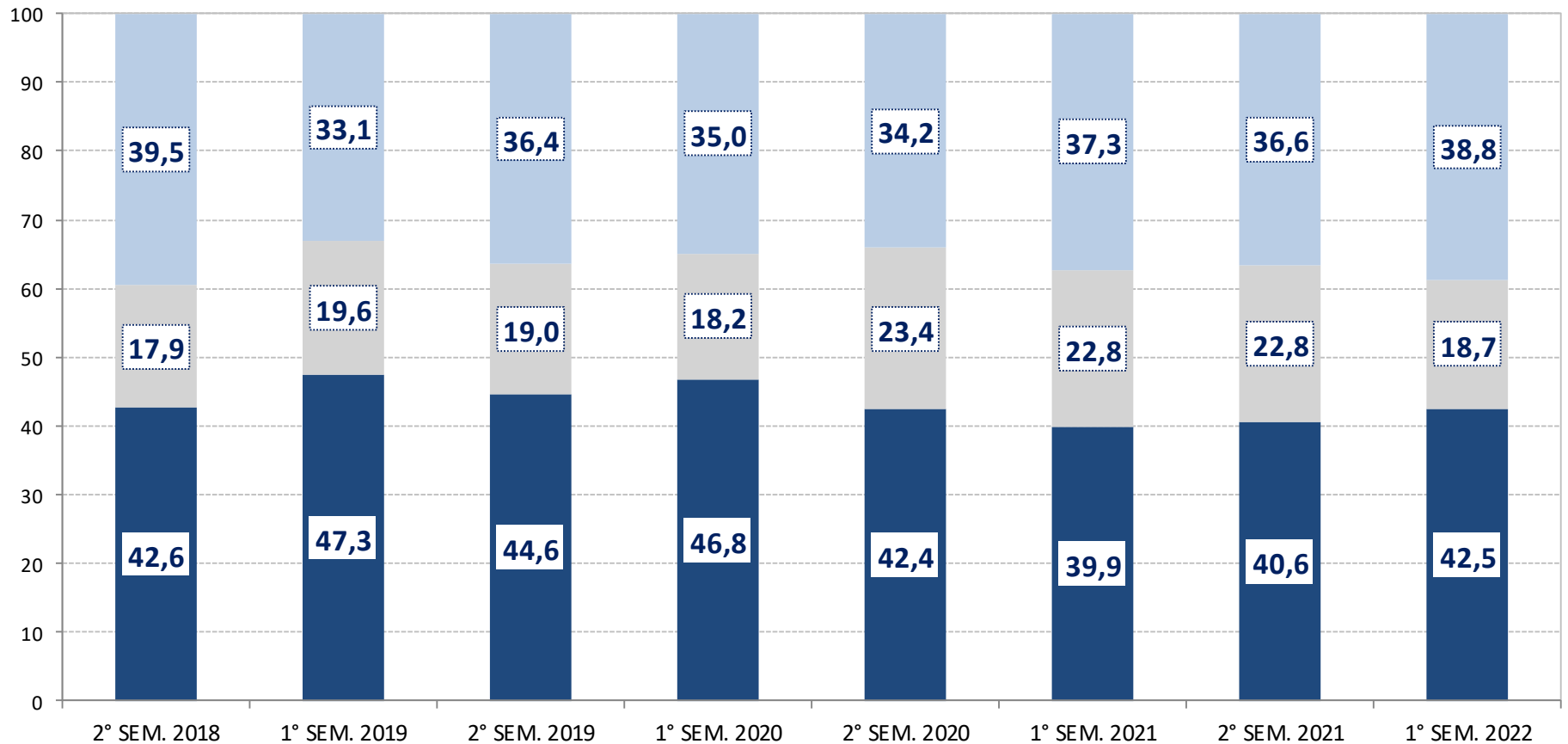
**Il 66,4%** del campione sa che l'acqua erogata dal pubblico acquedotto è regolarmente controllata dall'azienda sanitaria locale  
[68,6%, 2° SEM. 2021]

# Utilizzo dell'acqua potabile



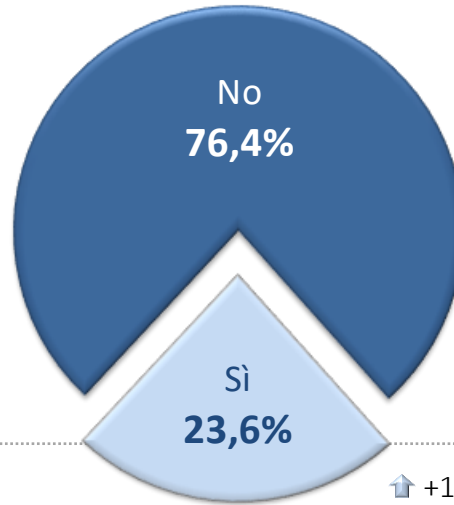
“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”  
%

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



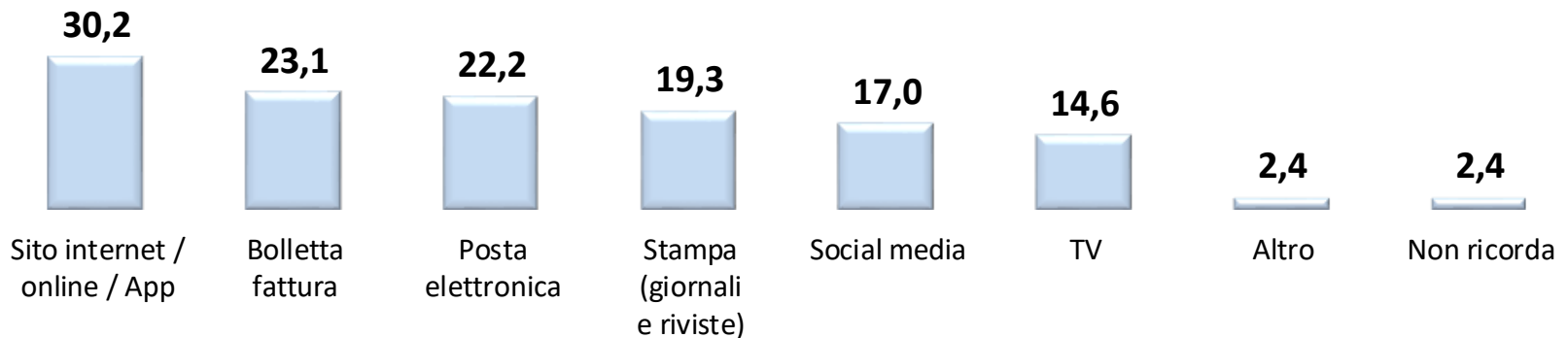
Base = UTENZE DOMESTICHE DIRETTE

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



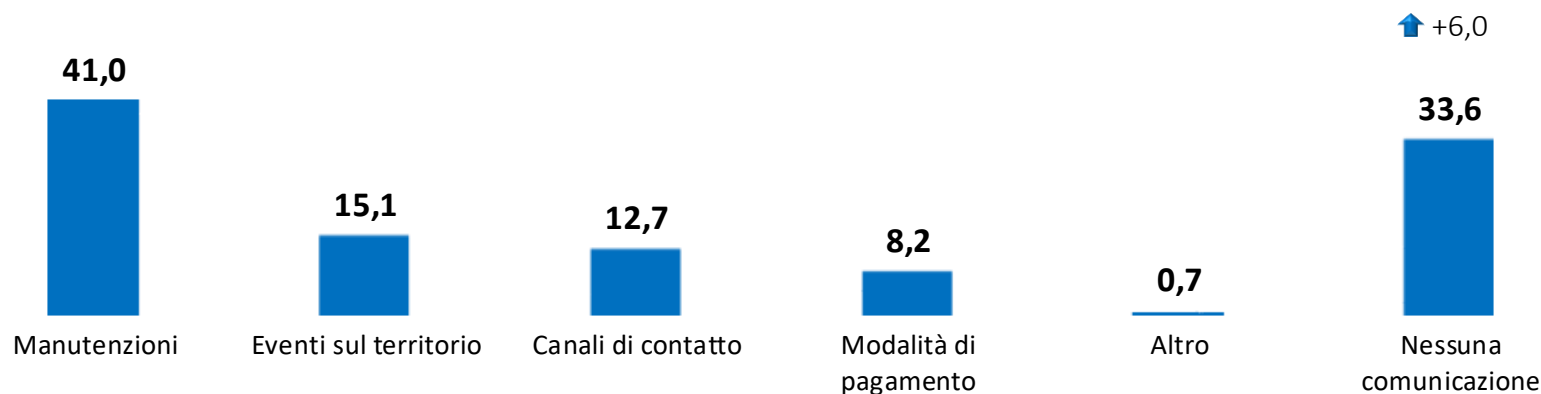
↑ +1,5

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

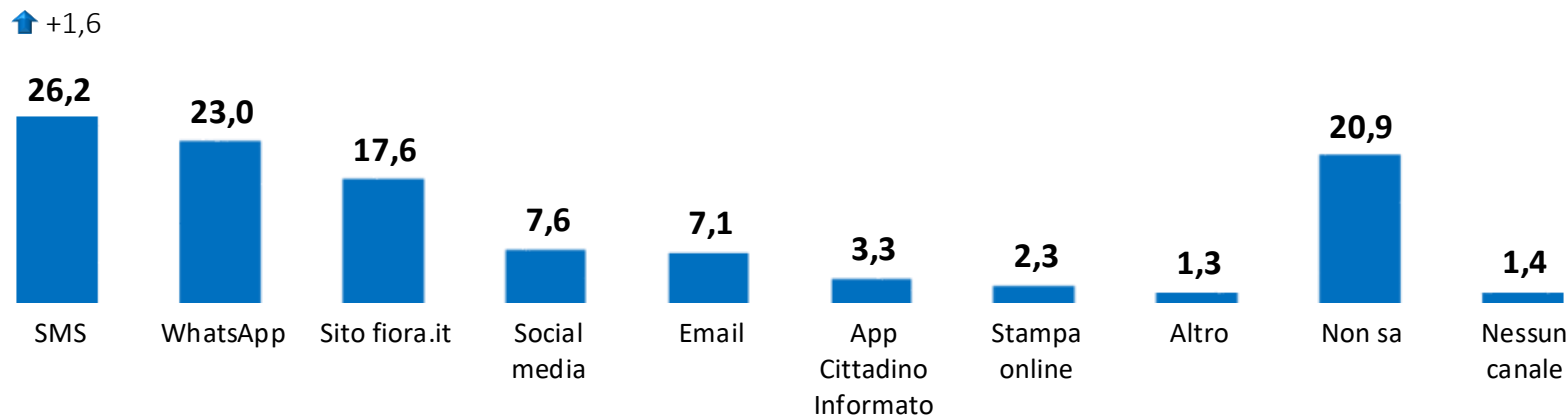


# Temi e canali di comunicazione

“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<br>(700) | CAWI<br>(200) |
|---------------------------|------------|------|---------------|---------------|
| SESSO                     | UOMO       |      | 50,0%         | 55,5%         |
|                           | DONNA      |      | 50,0%         | 44,5%         |
| ETÀ                       | 18-44 ANNI |      | 13,9%         | 19,3%         |
|                           | 45-54 ANNI |      | 23,6%         | 23,9%         |
|                           | 55 + ANNI  |      | 62,5%         | 56,8%         |
| LIVELLO DI ISTRUZIONE     | SUPERIORE  |      | 60,1%         | 78,1%         |
|                           | INFERIORE  |      | 39,9%         | 21,9%         |



| <b>SODDISFAZIONE</b>    |  | base | <b>CATI</b><br>(700) | <b>CAWI</b><br>(200) |
|-------------------------|--|------|----------------------|----------------------|
| GIUDIZIO COMPLESSIVO    | voto 6-10  |      | 90,3%                | 84,0%                |
| QUALITÀ DELL'ACQUA      | voto 6-10  |      | 88,7%                | 75,5%                |
| ASPETTI TECNICI         | voto 6-10  |      | 94,6%                | 89,5%                |
|                         | ↳ <i>Continuità del servizio</i>                       |      | 95,3%                | 90,5%                |
|                         | ↳ <i>Livello di pressione</i>                          |      | 93,3%                | 78,5%                |
| FATTURAZIONE            | voto 6-10  |      | 94,1%                | 81,0%                |
|                         | ↳ <i>Regolarità lettura contatori</i>                  |      | 94,8%                | 74,7%                |
|                         | ↳ <i>Chiarezza e facilità lettura</i>                  |      | 92,0%                | 81,0%                |
|                         | ↳ <i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i> |      | 93,6%                | 76,5%                |
|                         | ↳ <i>Invio regolare fatture</i>                        |      | 94,6%                | 91,0%                |
| RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO | voto 6-10  |      | 87,3%                | 75,5%                |



Società del Gruppo **i**ntersistemi



**Sede Legale**

Firenze  
Via Atto Vannucci, 7  
50134 Firenze  
055 470374

**Sedi Operative**

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

Firenze  
Via Gianni 4r, 39  
50134 Firenze  
055 470374

Milano  
Viale Brianza, 24  
20127 Milano  
06 89924900

