

Indagine di Customer Satisfaction

2° semestre 2021

report



realizzata da



Direzione Affari Legali, Societari e
Servizi Corporate Unità 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	40
💧 Sito internet	43

SEZIONE OPEN 46 (aree di approfondimento su temi d'interesse della società)

💧 Aspetti da migliorare	47
💧 Servizio di videochiamata	48
💧 Numero Verde Commerciale	49
💧 Sportello	50
💧 Scelta dello sportello rispetto al NV	51
💧 Sportello online	52
💧 App MyFiora	53
💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	54
💧 Utilizzo dell'acqua potabile	55
💧 Comunicazione da parte dell'azienda	57
💧 Temi e canali di comunicazione	58

INDAGINE CAWI 59

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

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

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

Per l'anno 2021, **CSA Research** si occuperà dell'impostazione tecnica della ricerca, della raccolta dati e dell'analisi dei risultati.

L'attività di coordinamento all'interno di ACEA è svolta dalla Direzione Affari Legali, Societari e Servizi Corporate Unità Stakeholder engagement – 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 **secondo semestre 2021**.

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

Hanno partecipato all'indagine **1.805 clienti** della società: la raccolta dei dati è avvenuta da fine ottobre ad inizio dicembre 2021.

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 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 previsto anche la somministrazione di questionari online (C.A.W.I.) a un campione di clienti domestici intestatari di utenza diretta.

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

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

- Q **800** interviste rivolte a **clienti domestici con utenza diretta** (**indagine generale**)
 - Q **203** interviste rivolte a clienti che **hanno chiamato il Numero Verde Commerciale** (**call back NV Commerciale**)
 - Q **201** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti** (**call back NV segnalazione guasti**)
 - Q **201** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli** (**call back sportelli fisici**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno ricevuto un intervento tecnico** (**call back intervento tecnico**)
 - Q **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati allo sportello online** (**call back sportelli online**)
-
- *Per l'indagine generale sono state realizzate 700 interviste CATI e 100 interviste CAWI.*
 - *I risultati dell'indagine online sono stati analizzati e presentati separatamente.*
 - *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate CATI sul campione generale di 700 casi è pari a +/- 3,7 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 CATI n° interviste	% AREA
COSTA	315	45,0
MONTAGNA	161	23,0
SENESE	224	32,0

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**

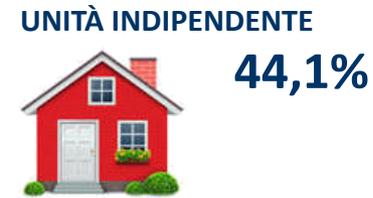
**NUMERO VERDE
COMMERCIALE**

SPORTELLO

**SPORTELLO
ONLINE**

UOMO	53,3	51,7	62,0	40,9	60,2	57,5
DONNA	46,7	48,3	38,0	59,1	39,8	42,5
18-34 ANNI	4,3	4,1	7,7	8,9	9,0	13,9
35-44 ANNI	15,1	15,5	21,6	18,4	13,5	17,6
45-54 ANNI	22,7	23,2	23,2	22,1	19,2	27,8
55-64 ANNI	23,0	24,2	22,2	22,1	20,5	20,9
65 + ANNI	35,0	33,0	25,3	28,4	37,8	19,8
ISTRUZIONE SUPERIORE	65,9	64,9	69,7	69,0	81,6	88,9
ISTRUZIONE INFERIORE	34,1	35,1	30,3	31,0	18,4	11,1
LAVORATORE DIPENDENTE	38,9	38,5	35,4	33,3	33,8	55,4
LAVORATORE AUTONOMO	16,3	22,9	29,2	22,4	16,9	18,1
DISOCCUPATO – IN CERCA	1,5	2,1	3,6	5,0	2,5	2,1
PENSIONATO	32,8	27,6	23,1	30,3	32,3	16,6
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	10,4	8,9	8,7	9,0	14,4	7,8

UBICAZIONE IMMOBILE



→ CSI PARZIALI

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

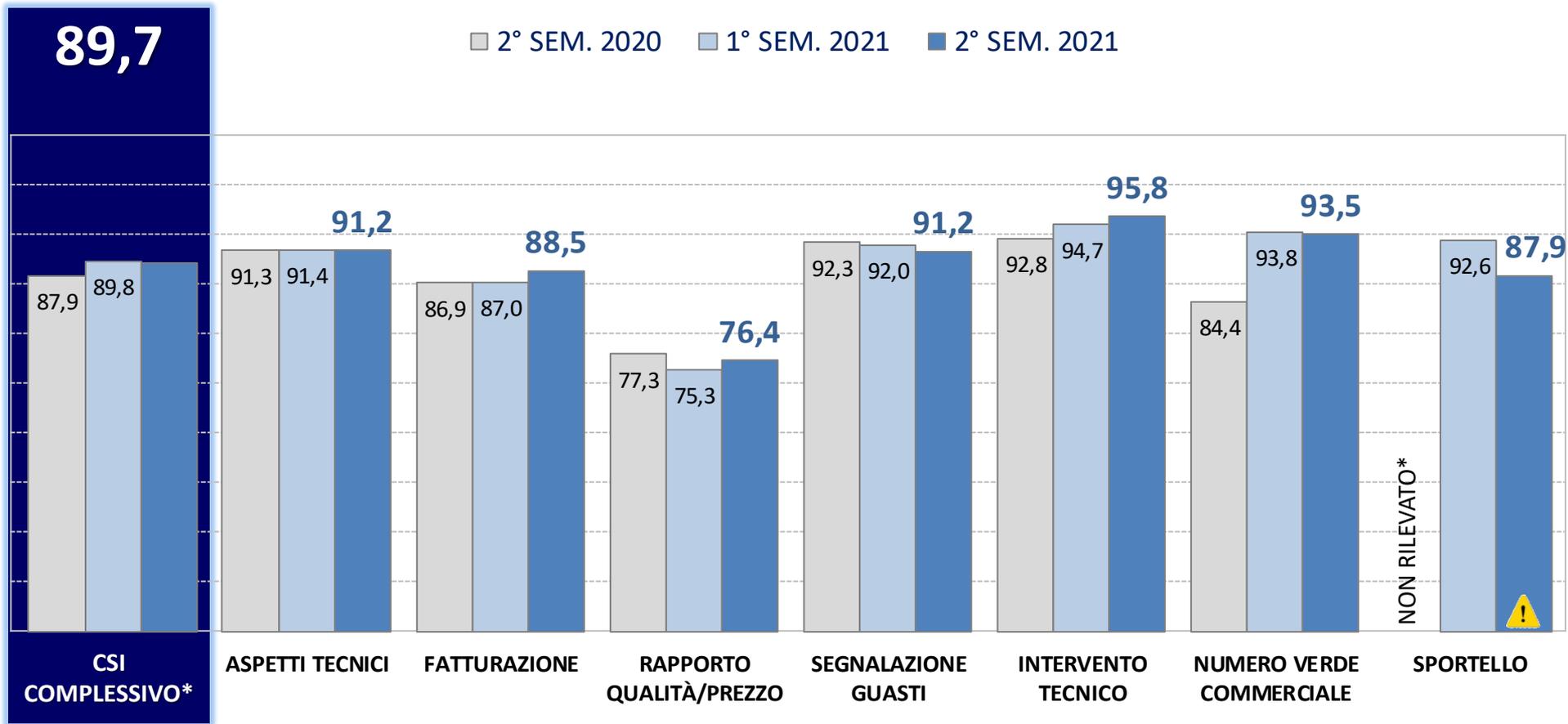
→ CSI COMPLESSIVO

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

In formula:

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





* Nell'anno 2020 il CSI complessivo è stato calcolato al netto del CSI Parziale sportello, non rilevato a causa dell'emergenza sanitaria, riproporzionando i pesi degli altri fattori.

⚠ 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



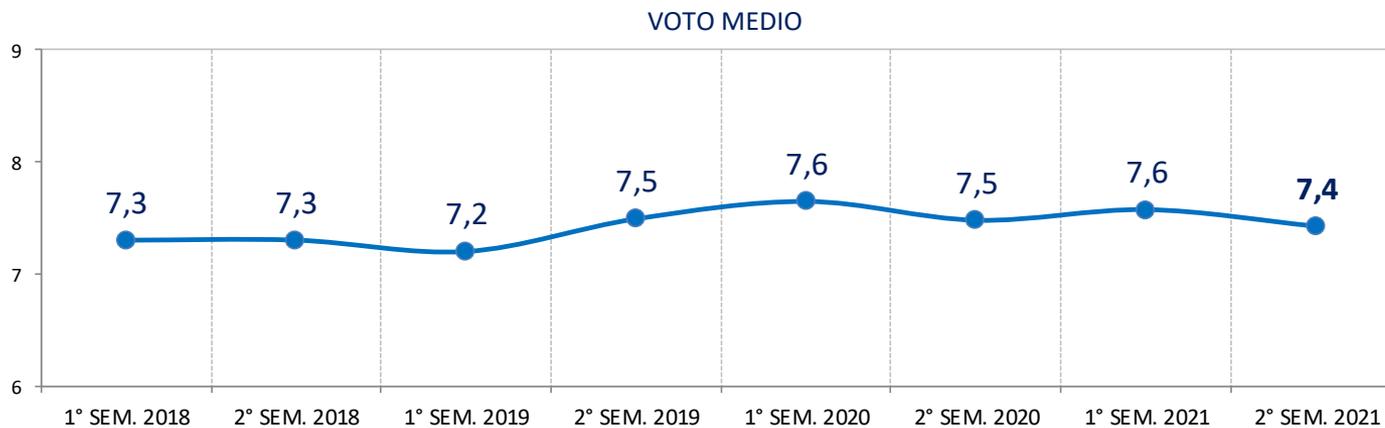
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **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

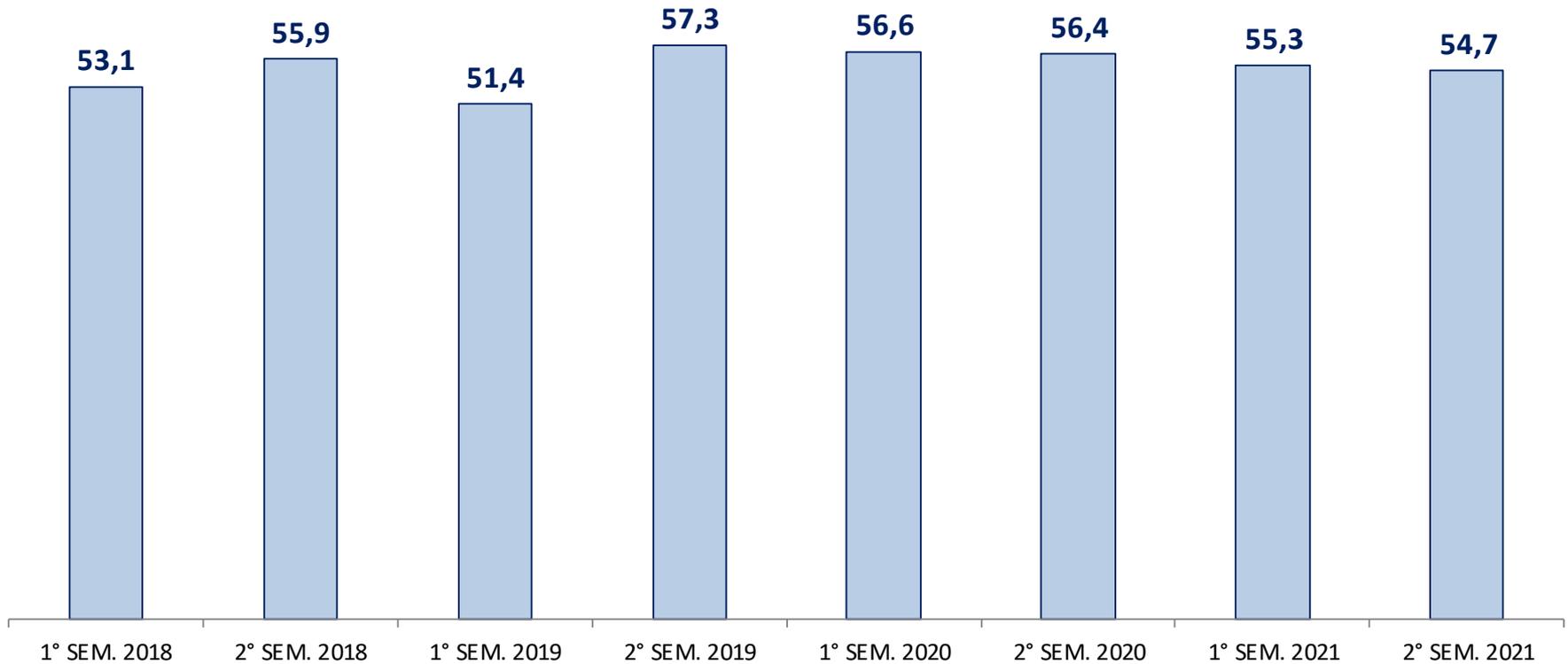
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

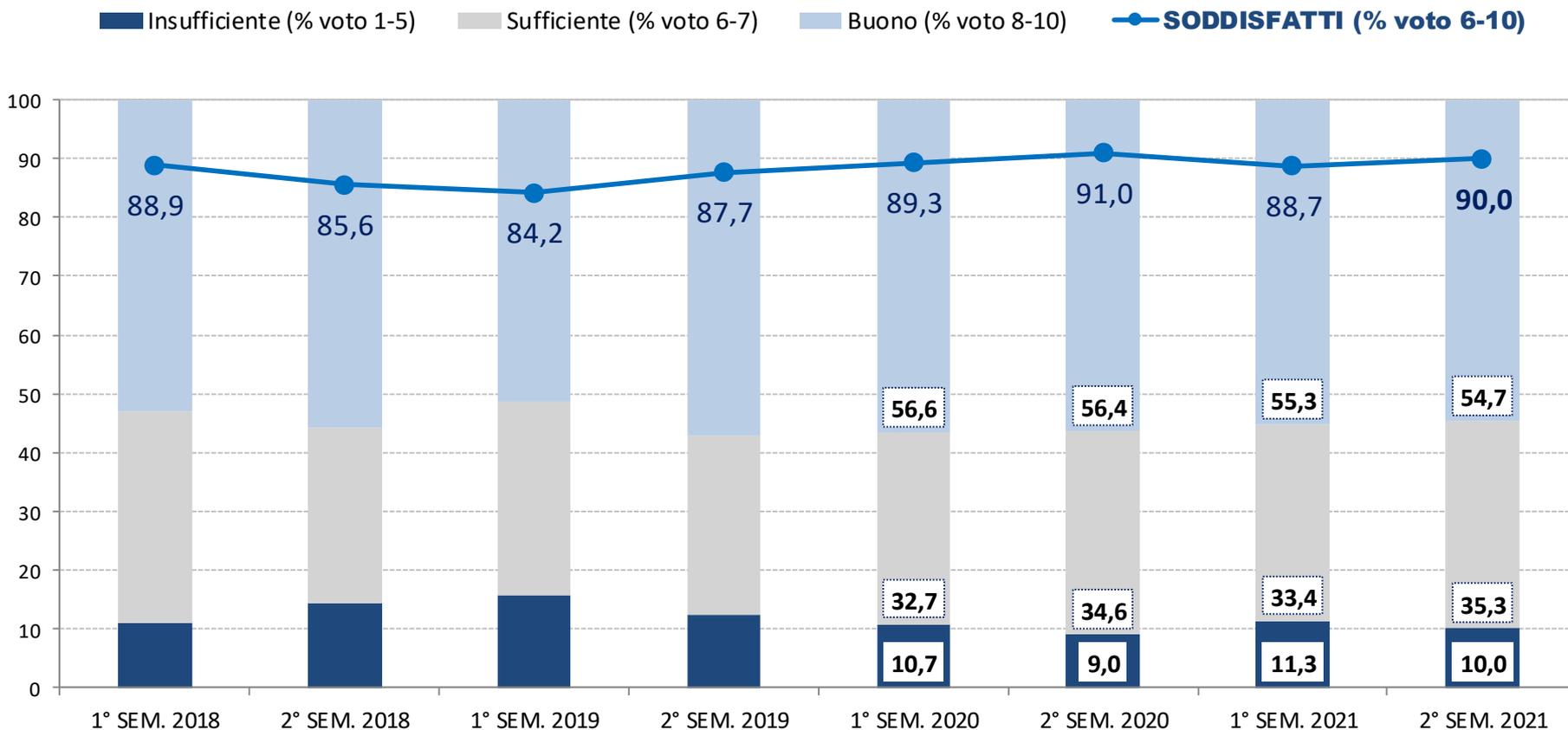
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

molto soddisfatti (% voto 8-10)



Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

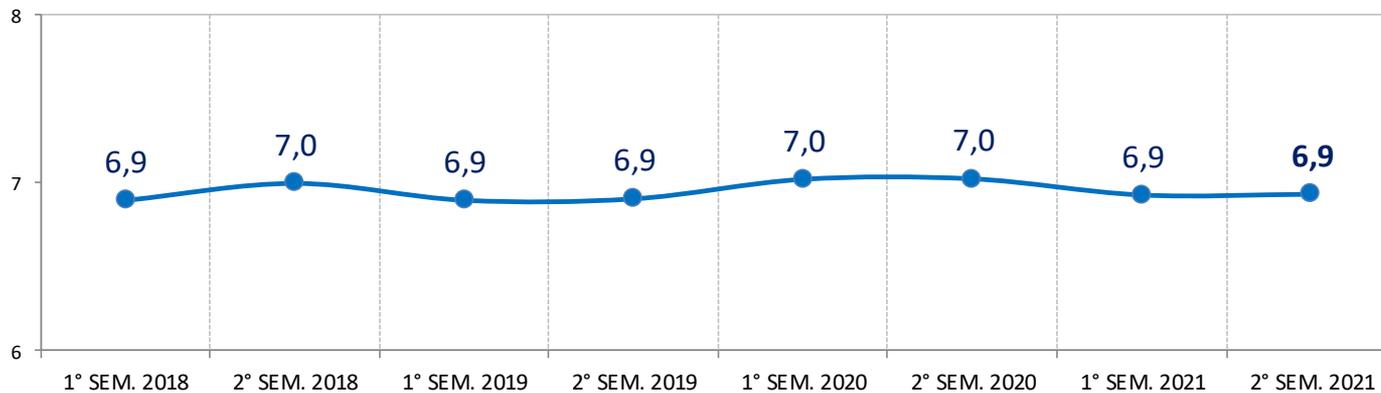
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



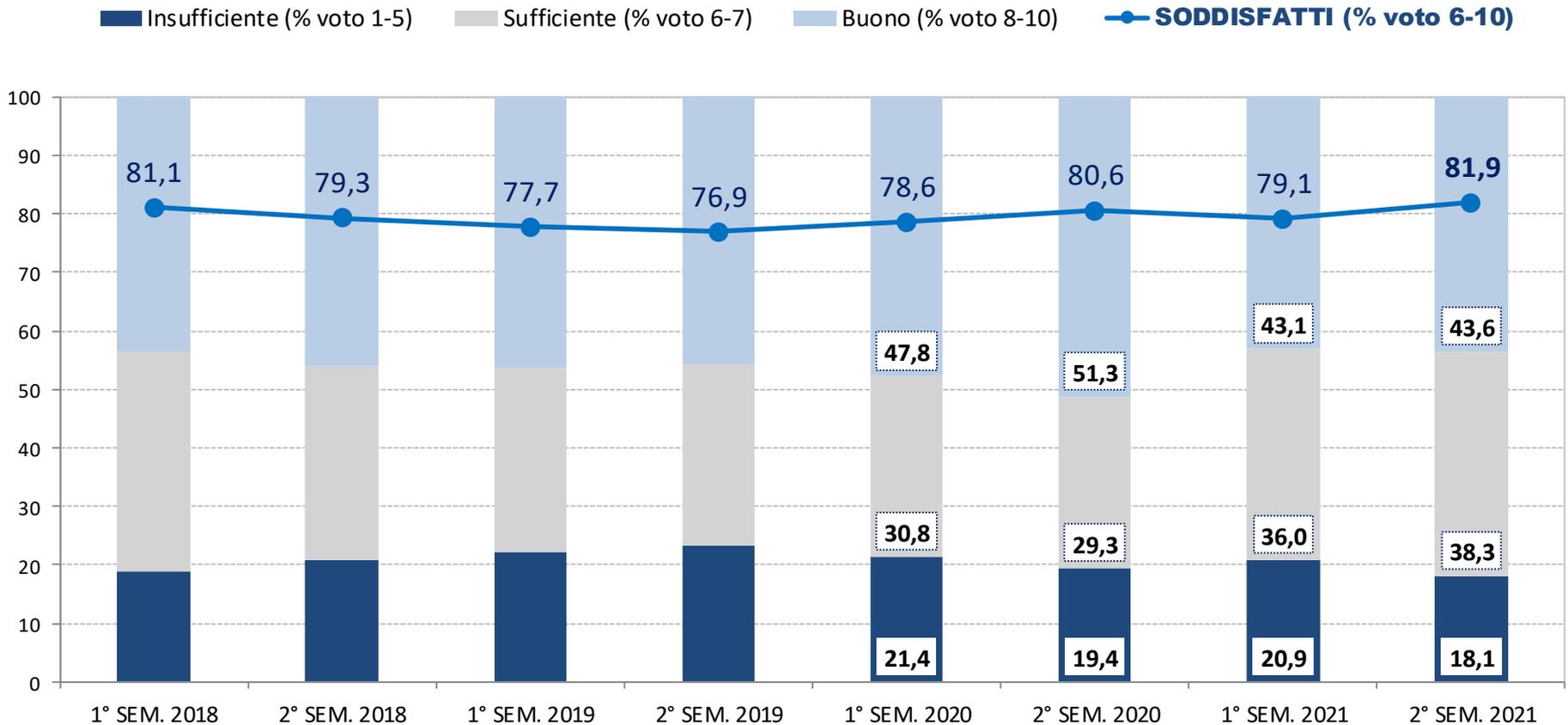
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



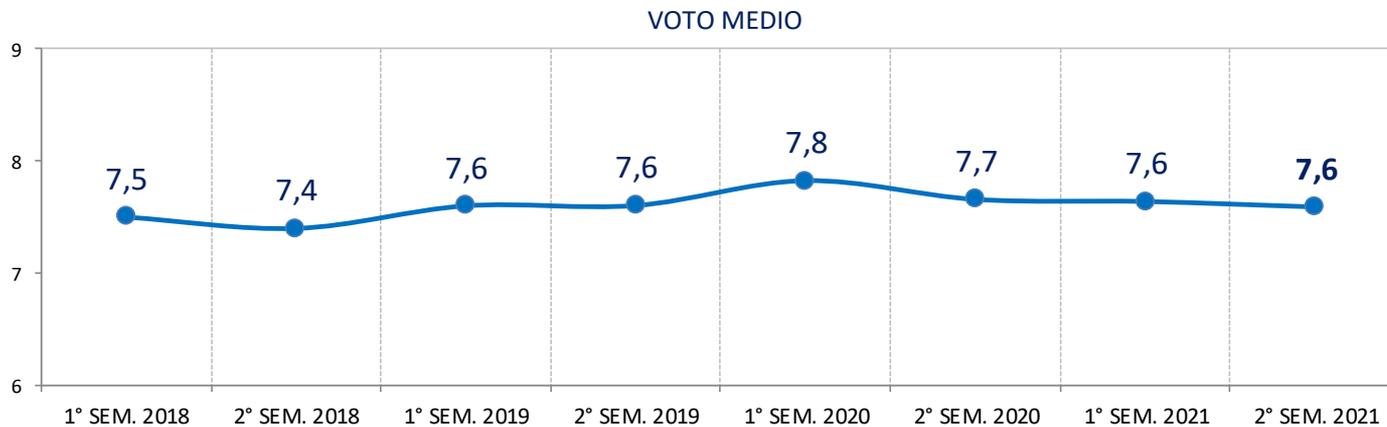
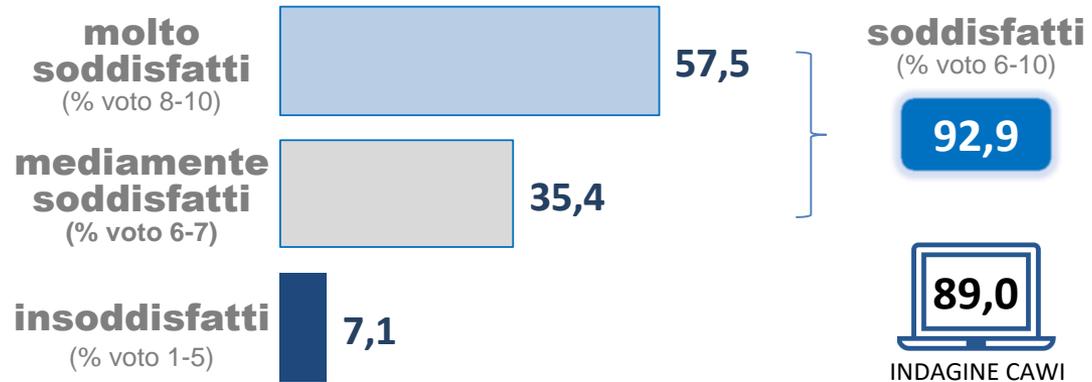
VOTO MEDIO



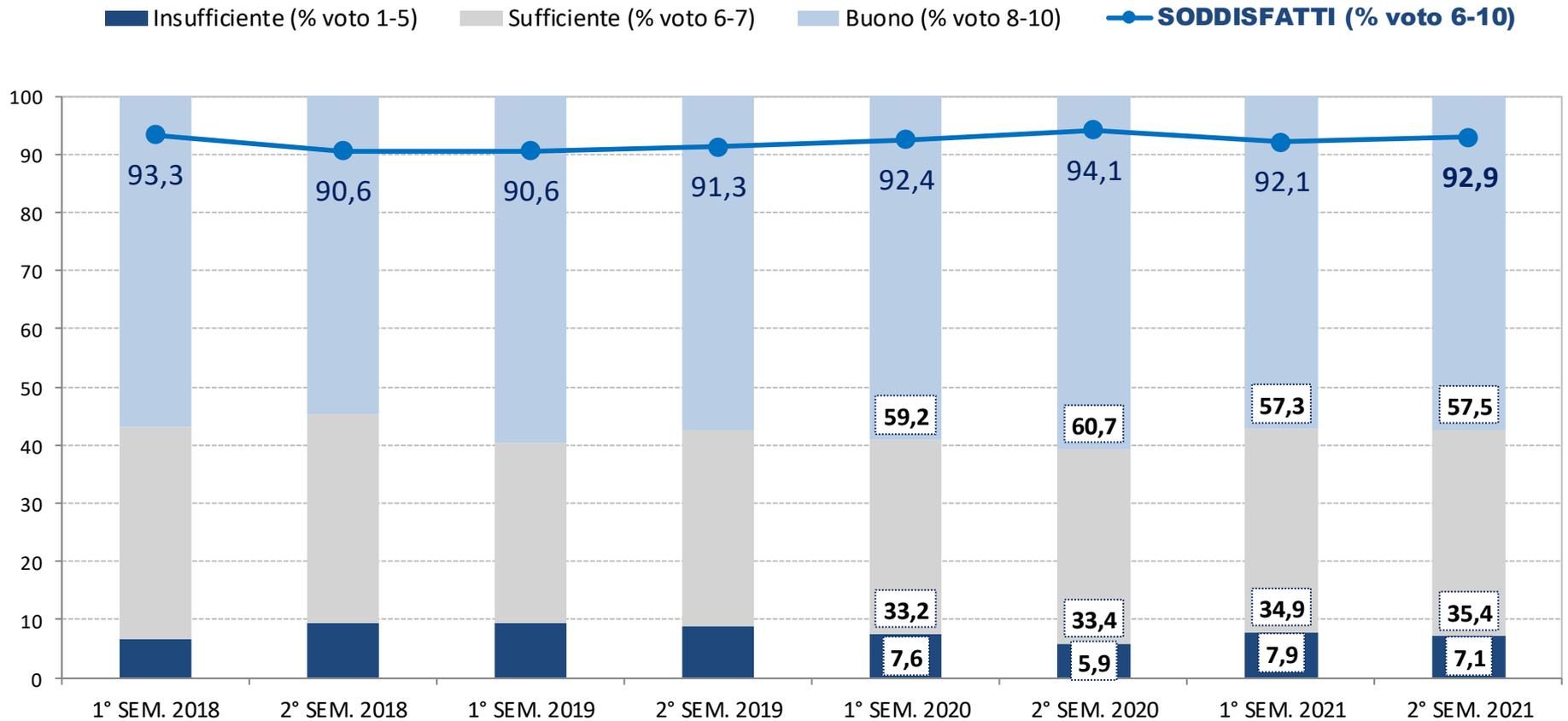
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell’acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]”



“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”

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)



VOTO
MEDIO
CATI

CONTINUITÀ
DEL SERVIZIO



89,0

7,7

LIVELLO DI
PRESSIONE ACQUA



85,0

7,5

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

IMPORTANZA (% di citazione)

74,9

25,1

CONDOMINIO



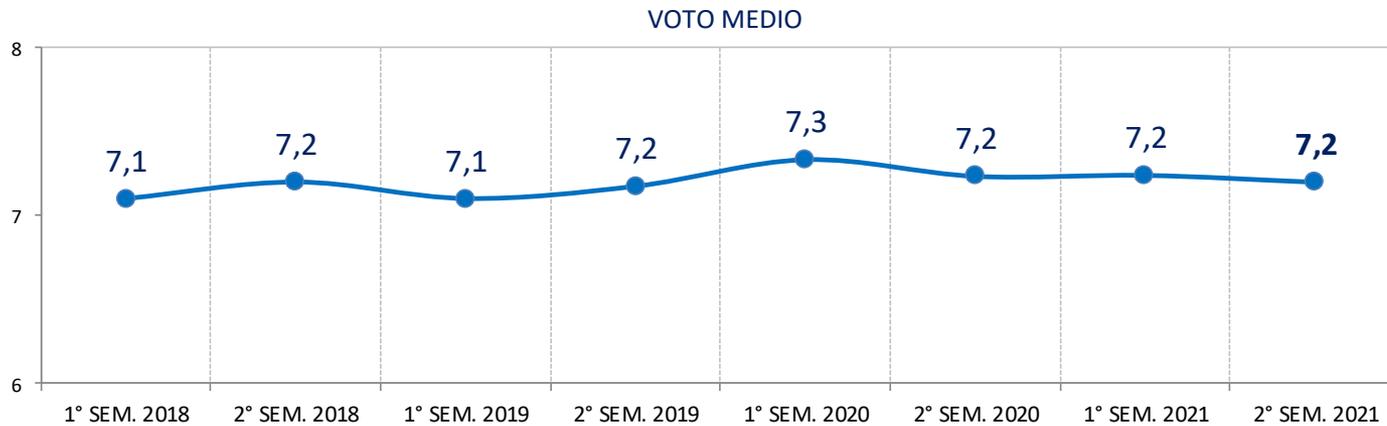
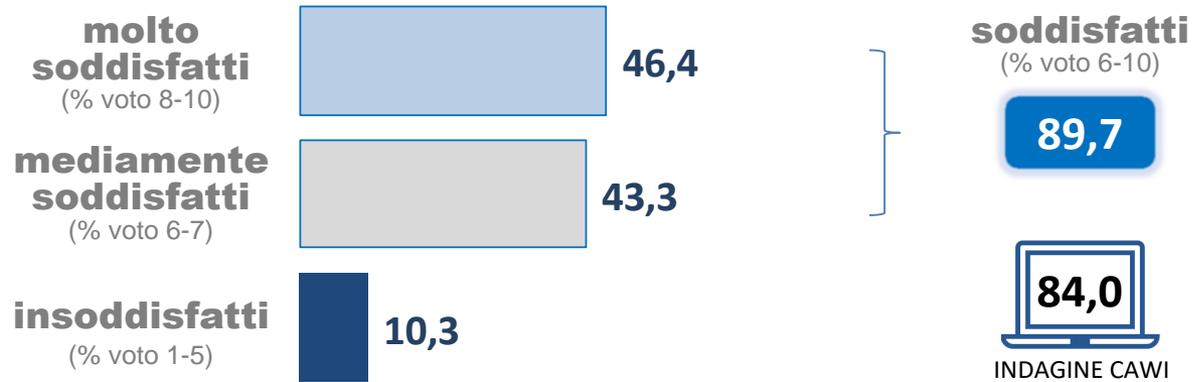
90,0%

UNITÀ INDIPENDENTE

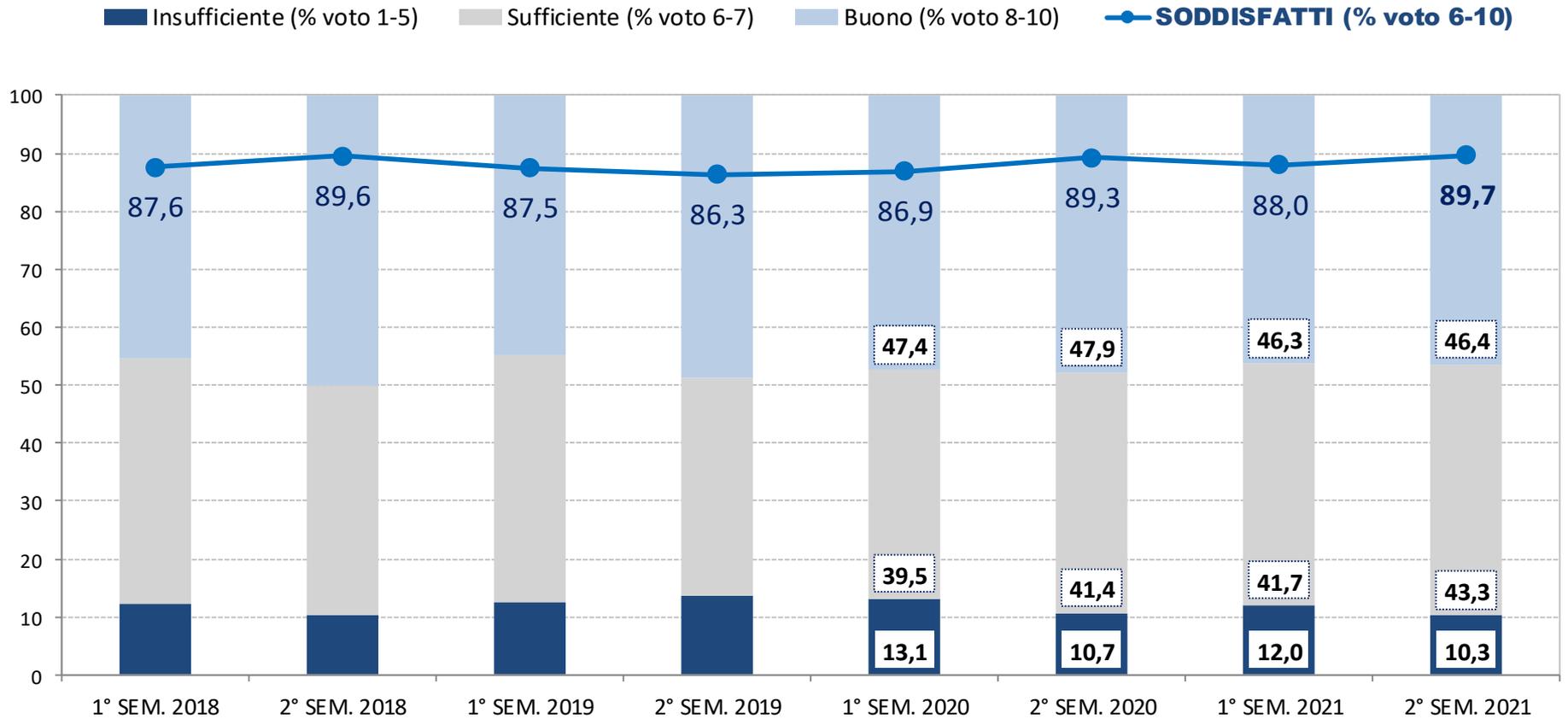


85,8%

“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)

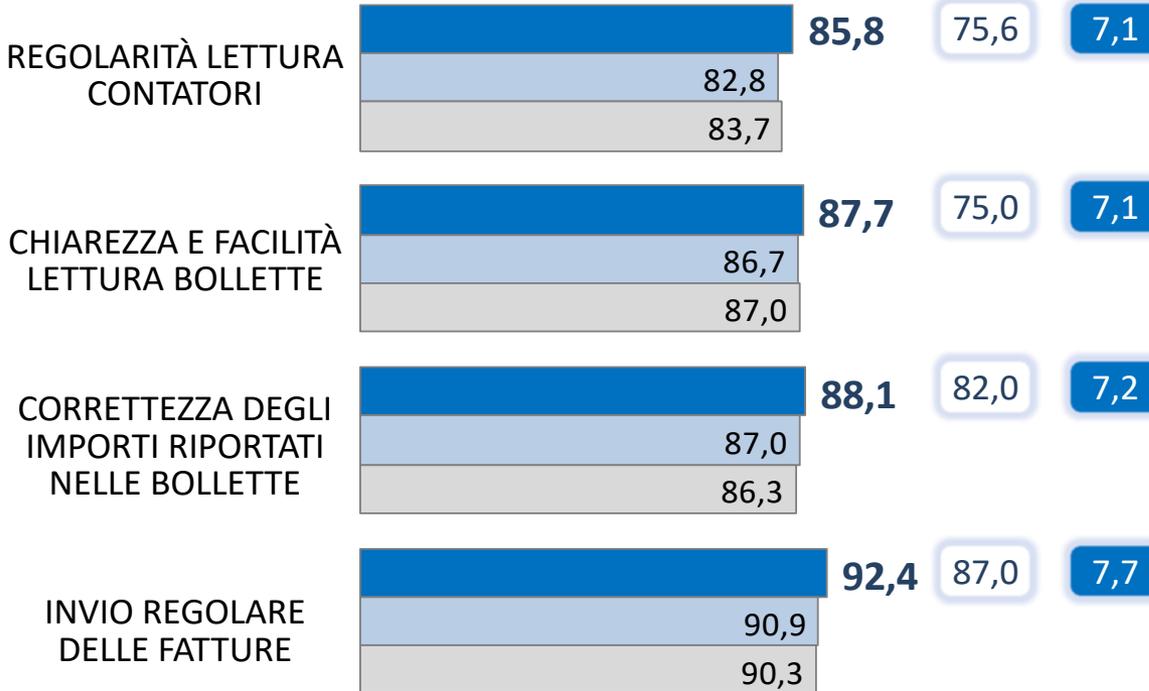
■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2020

SODDISFATTI (% voto 6-10)

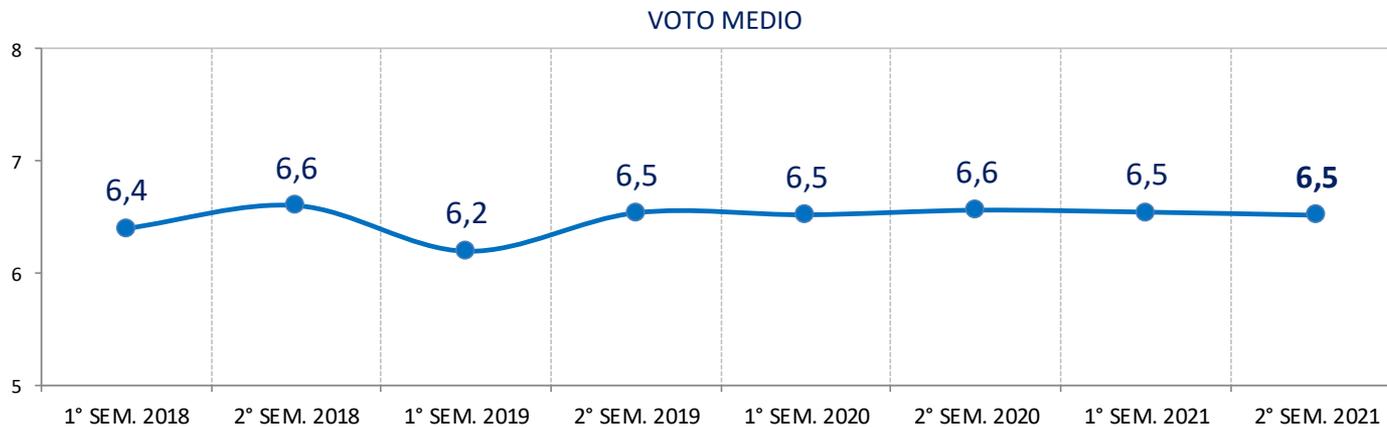
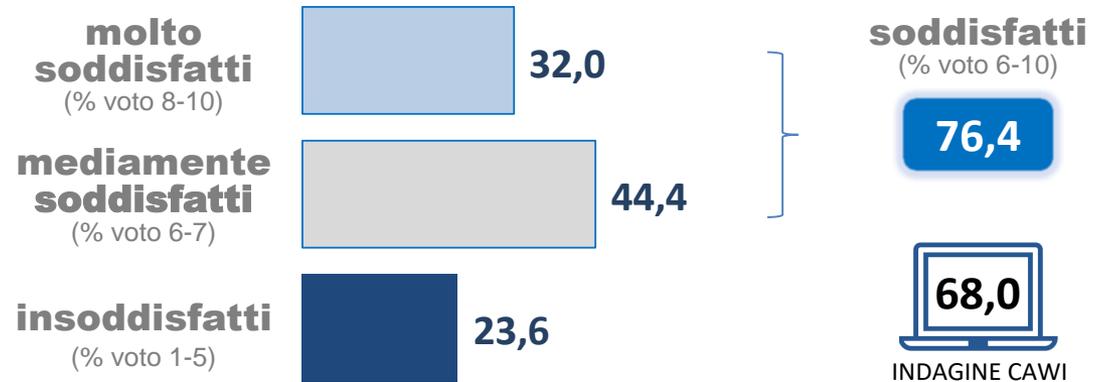


VOTO MEDIO CATI

IMPORTANZA (% di citazione)

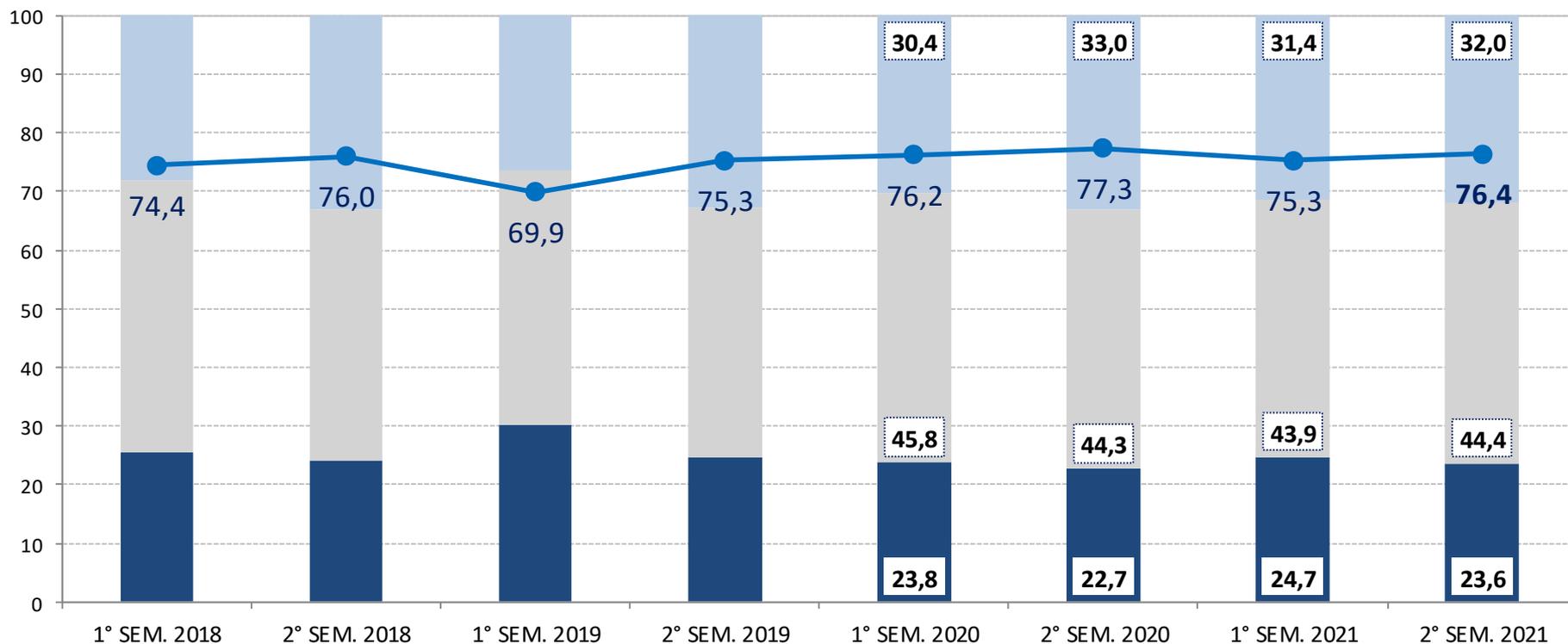


“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

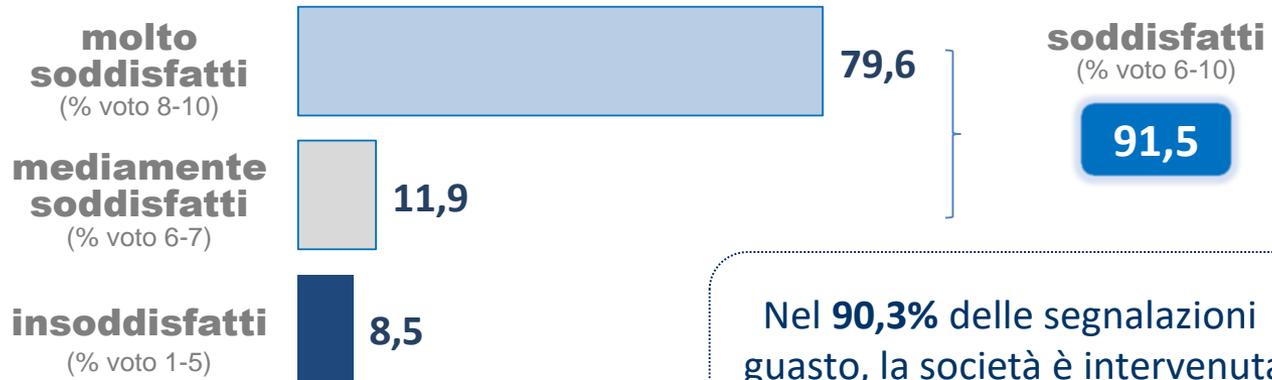


“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

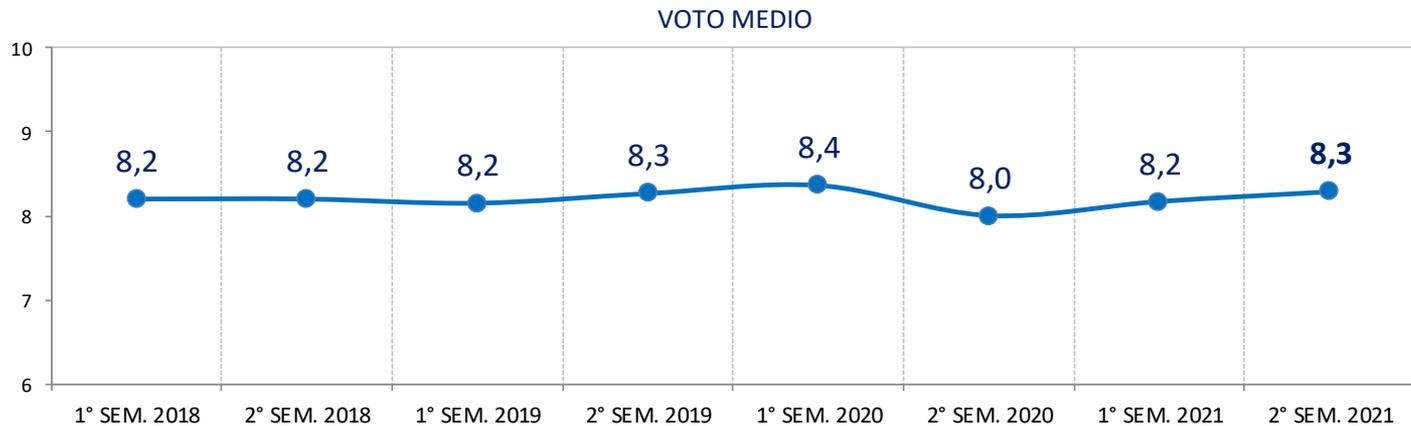
■ Insufficiente (% voto 1-5) ■ Sufficiente (% voto 6-7) ■ Buono (% voto 8-10) ● **SODDISFATTI (% voto 6-10)**



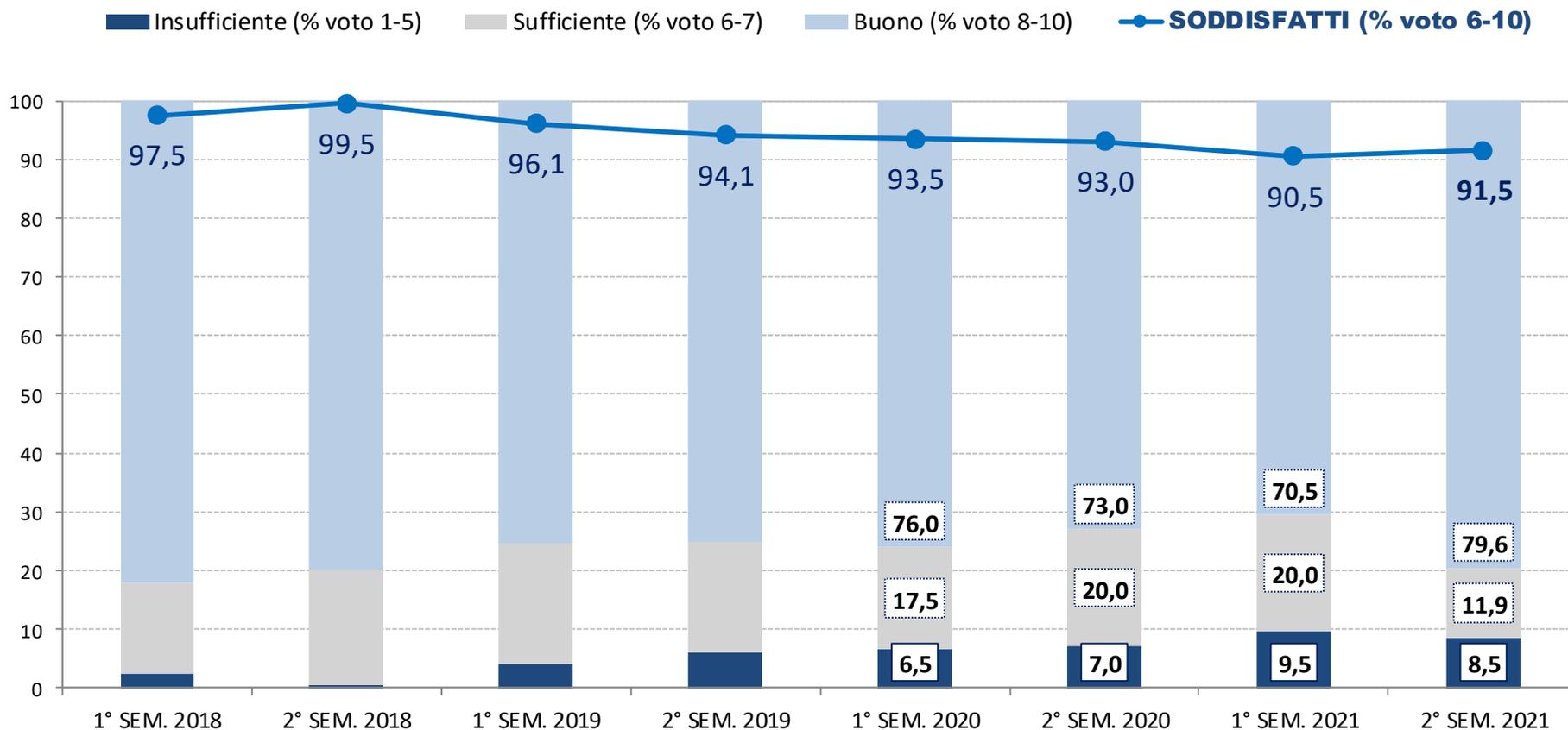
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Nel **90,3%** delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio



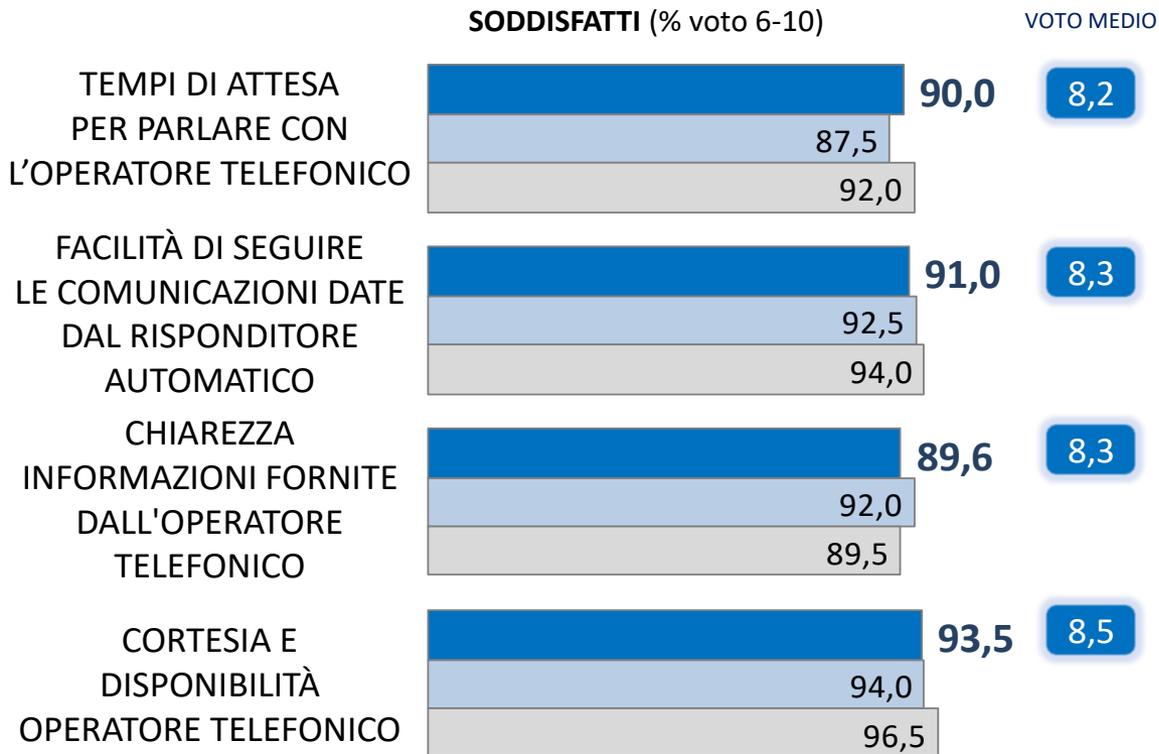
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Segnalazione guasti: indicatori performance

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

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

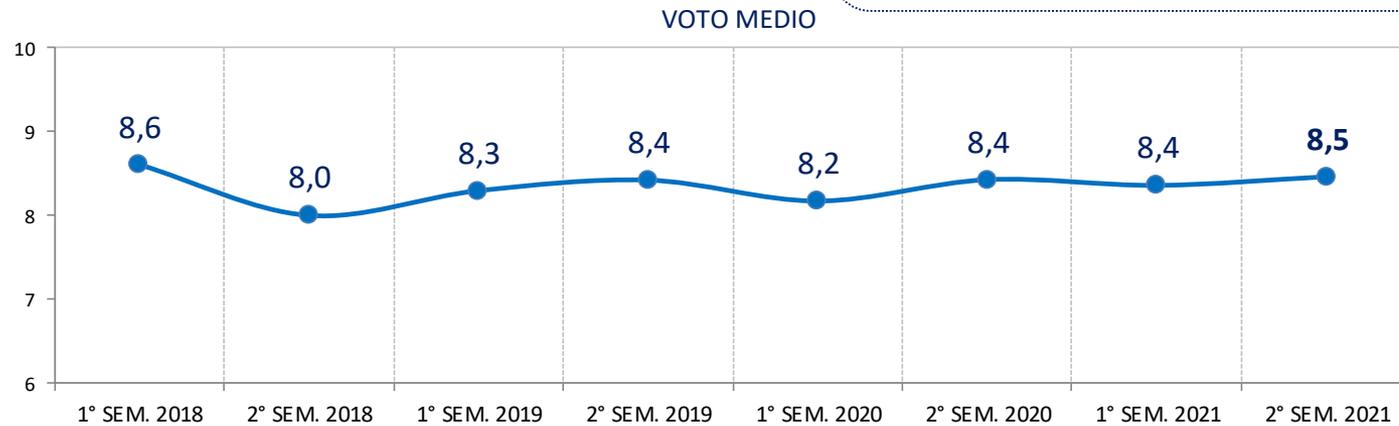


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

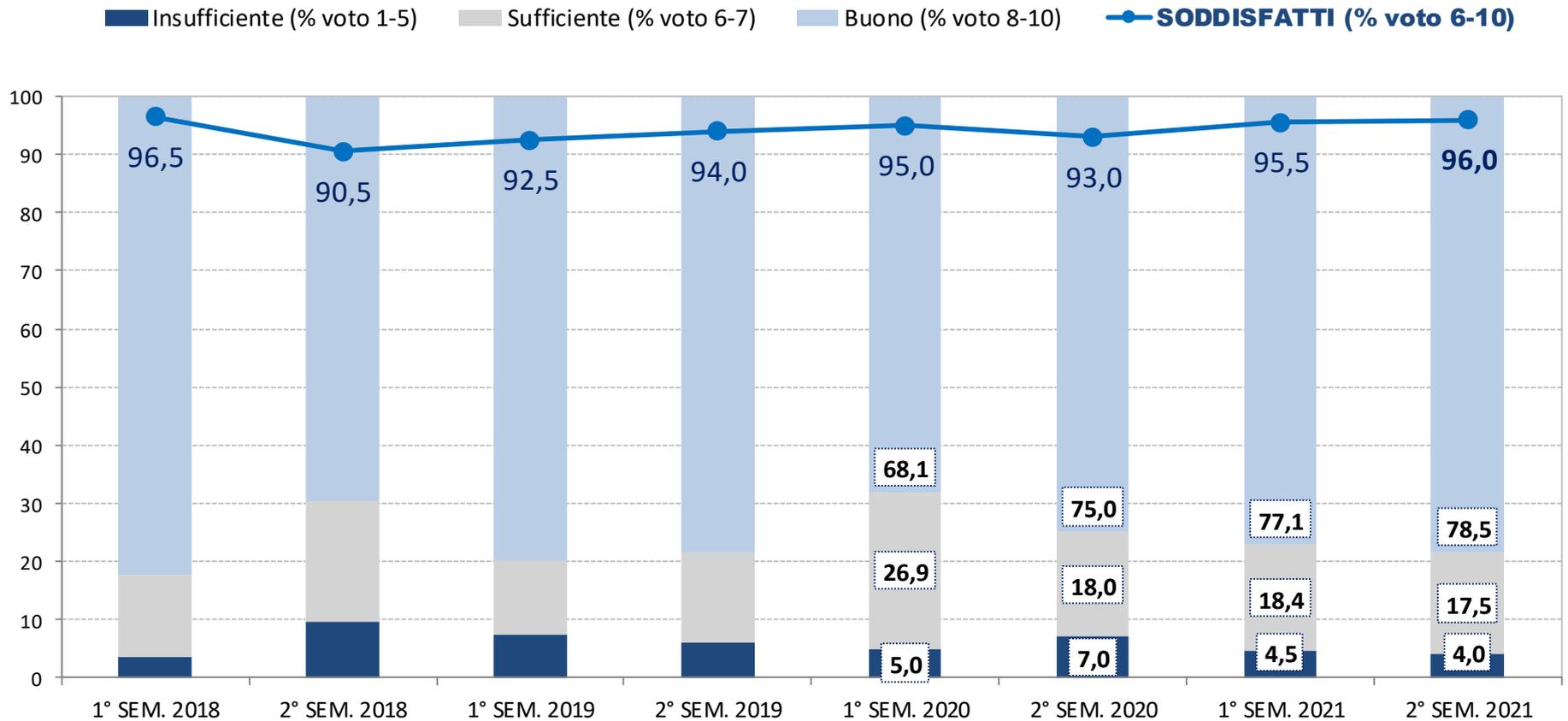
IMPORTANZA (% di citazione)



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



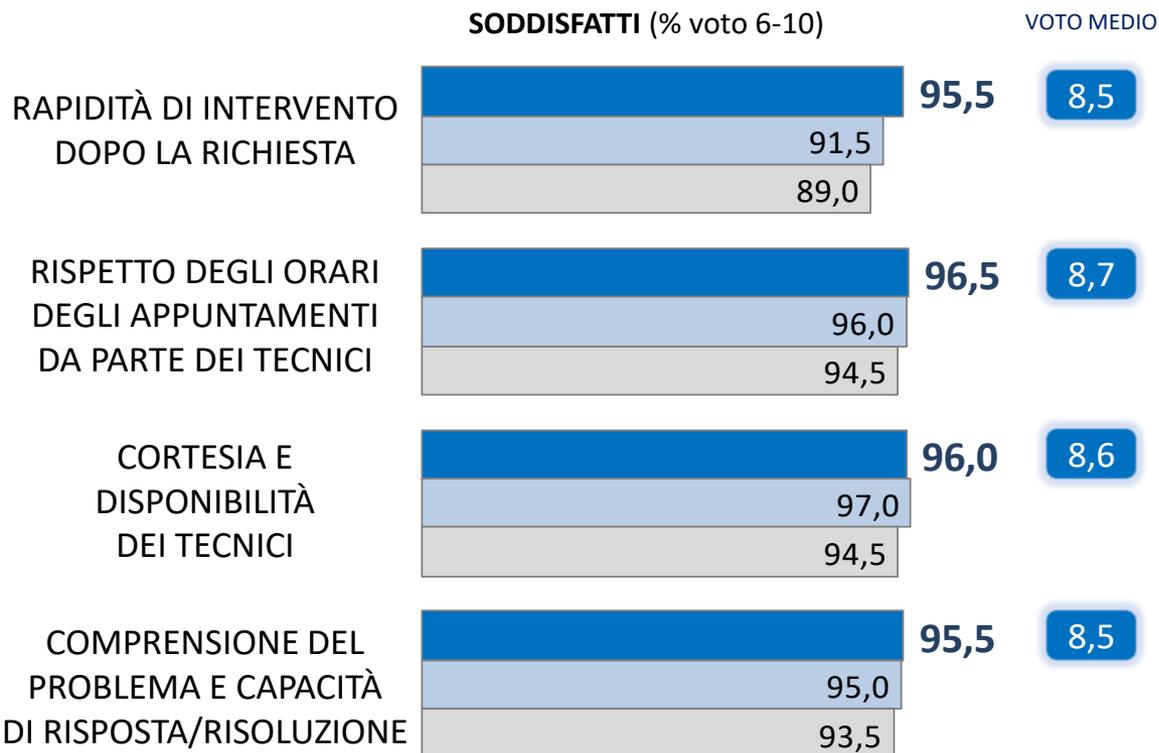
“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

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

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

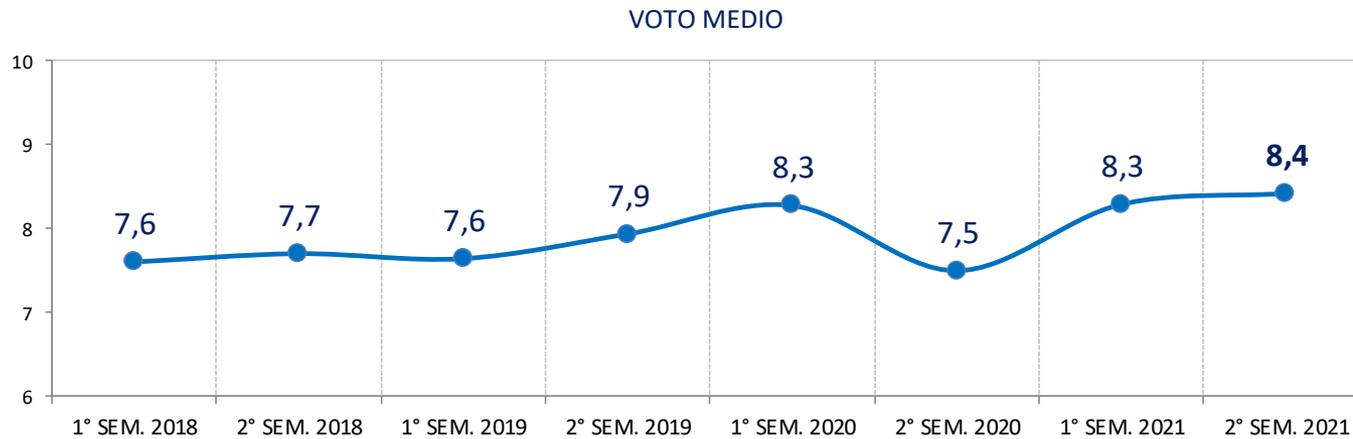


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

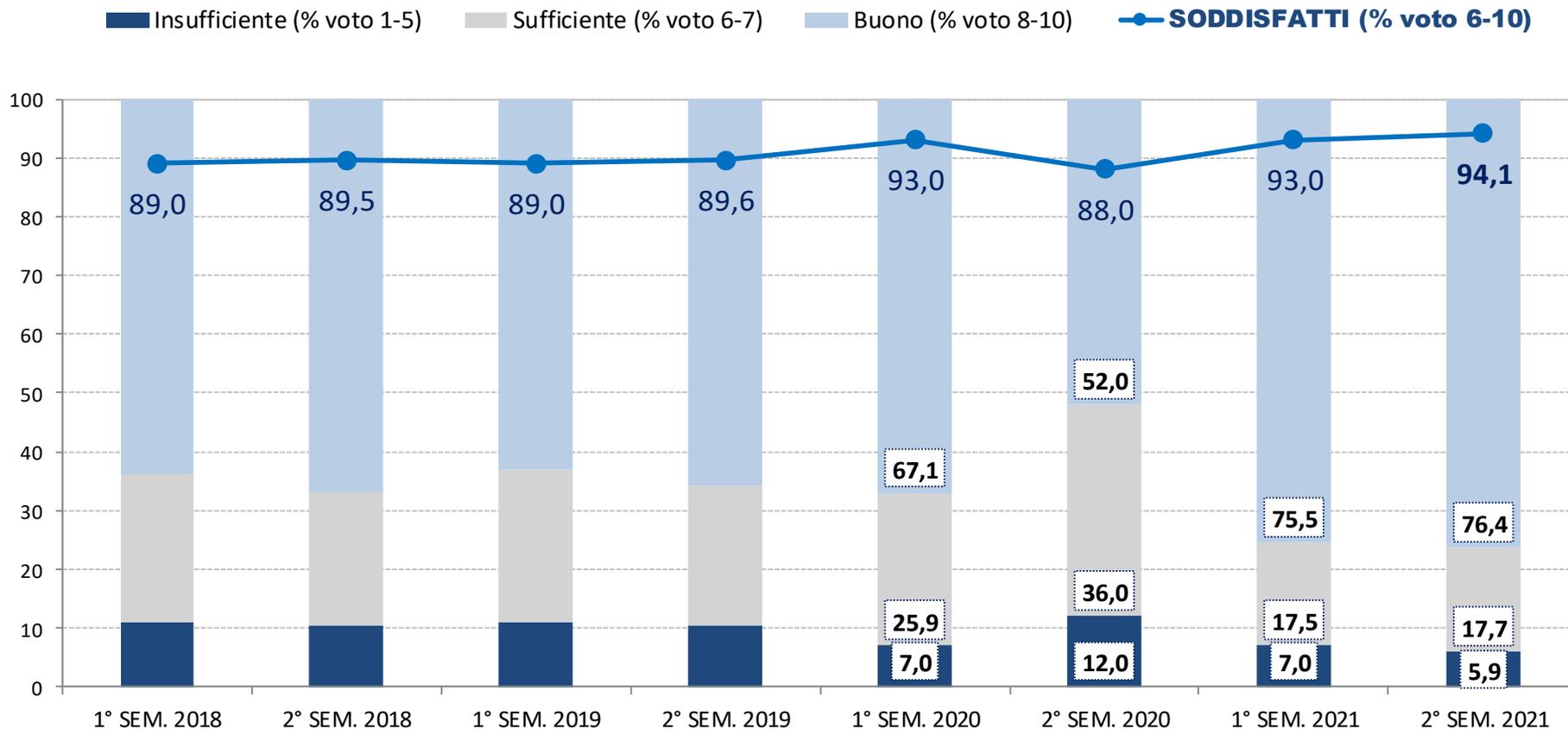
IMPORTANZA (% di citazione)



“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]

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

FACILITÀ DI SEGUIRE
IL RISPONDITORE
AUTOMATICO



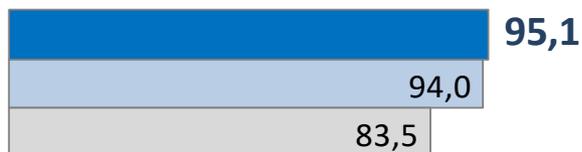
8,3

TEMPI DI ATTESA



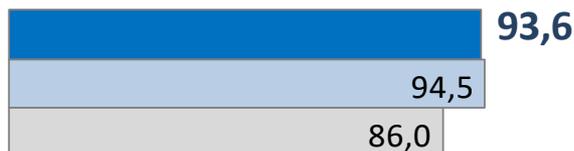
8,1

COMPETENZA
DELL'OPERATORE



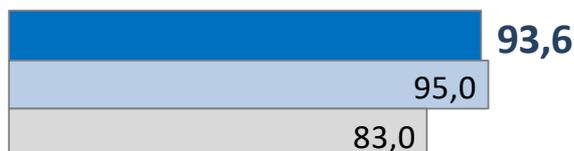
8,5

CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



8,6

CHIAREZZA INFORMAZIONI
FORNITE DALL'OPERATORE



8,4

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

IMPORTANZA (% di citazione)

13,3

17,2

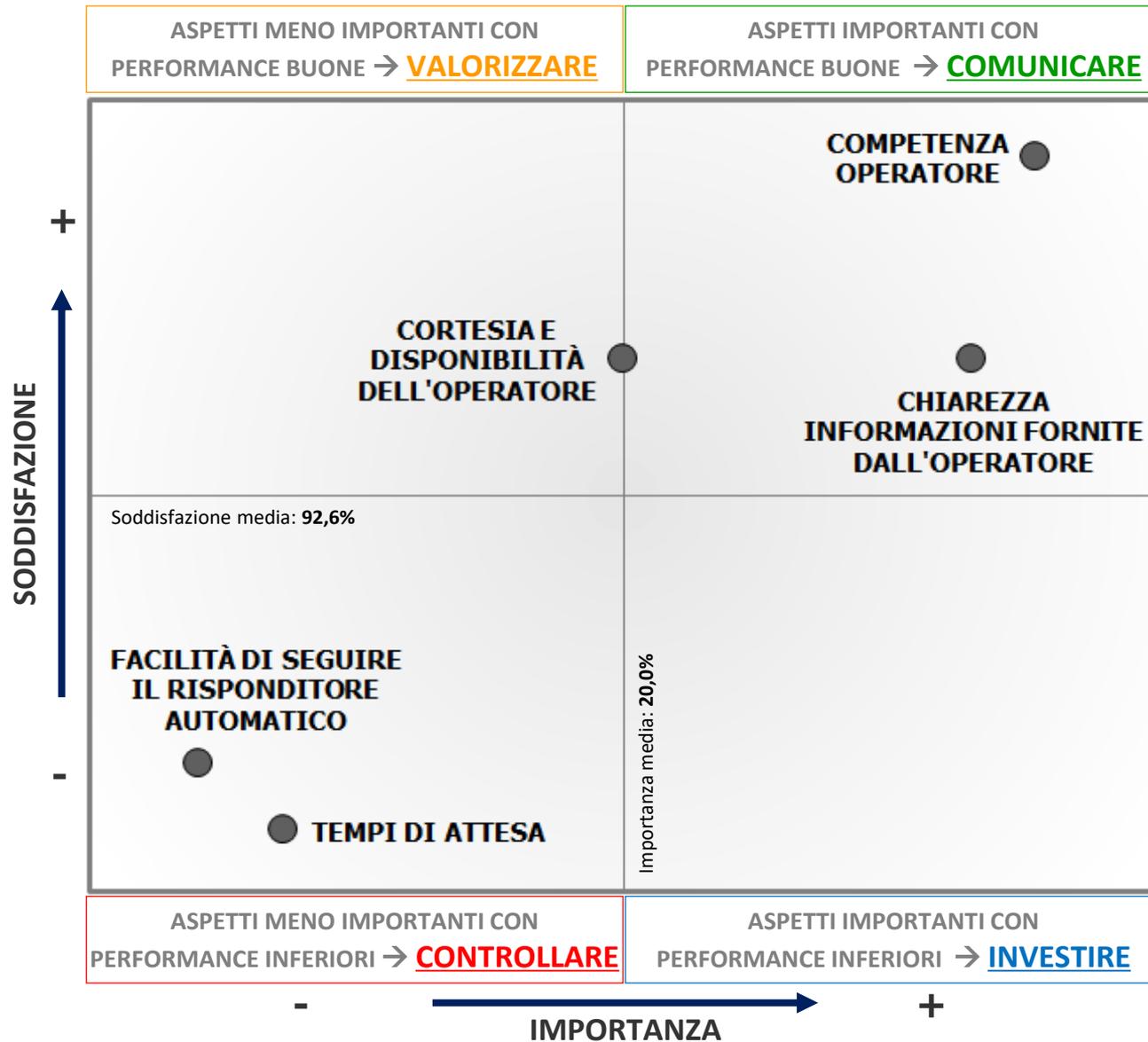
52,2

33,0

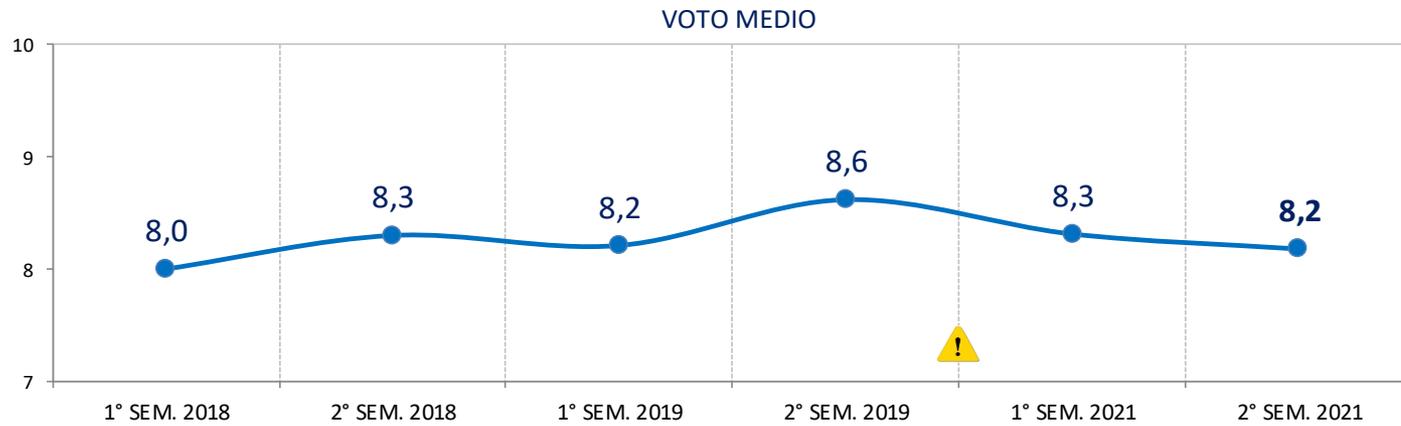
49,3



Punti di forza e priorità di intervento



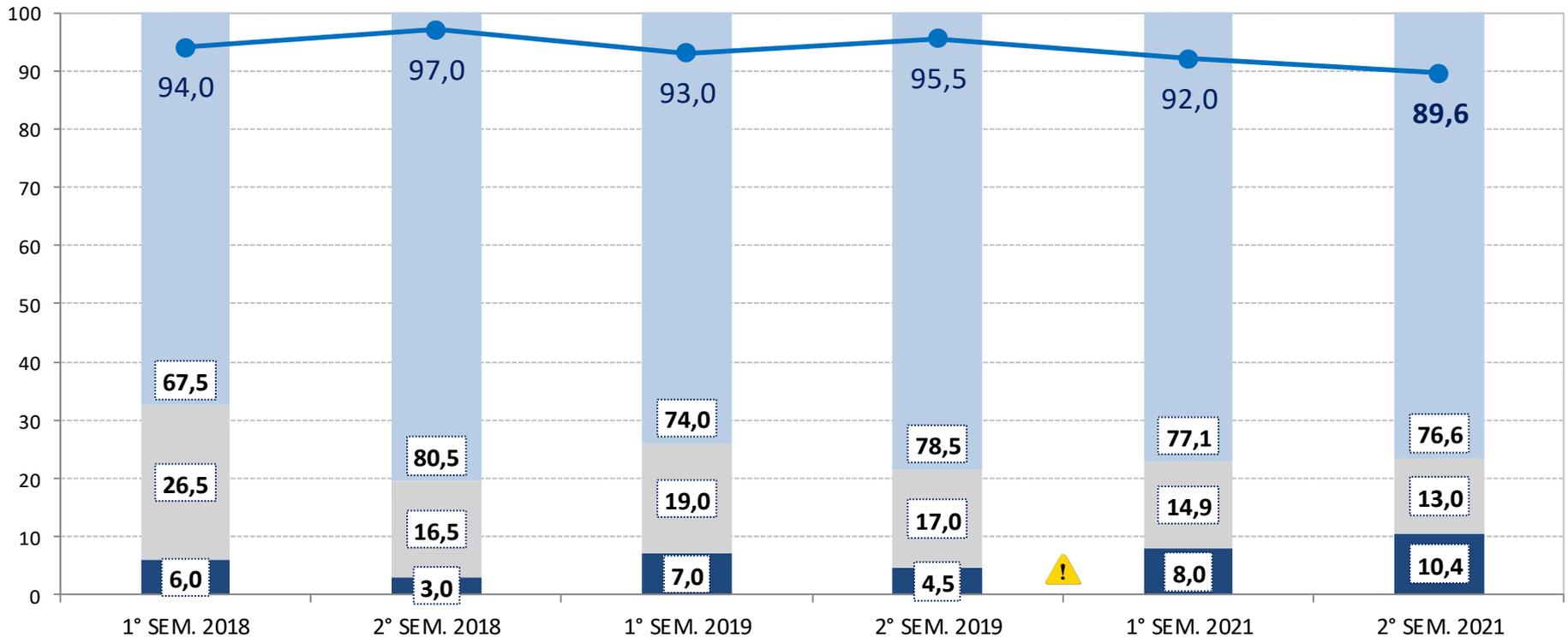
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



! 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]

■ 2° SEM. 2021 ■ 1° SEM. 2021 ■ 2° SEM. 2019

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

TEMPO TRA DATA DI
PRENOTAZIONE E DATA
FISSATA PER LA VISITA



8,1

22,9

TEMPI DI GESTIONE
DELL'OPERATORE



7,9

39,3

COMPETENZA
DELL'OPERATORE



8,2

40,3

CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



8,2

44,3

CHIAREZZA DELLE
INFORMAZIONI FORNITE
DALL'OPERATORE



8,2

56,7

ACCOGLIENZA -
COMFORT DEI LOCALI

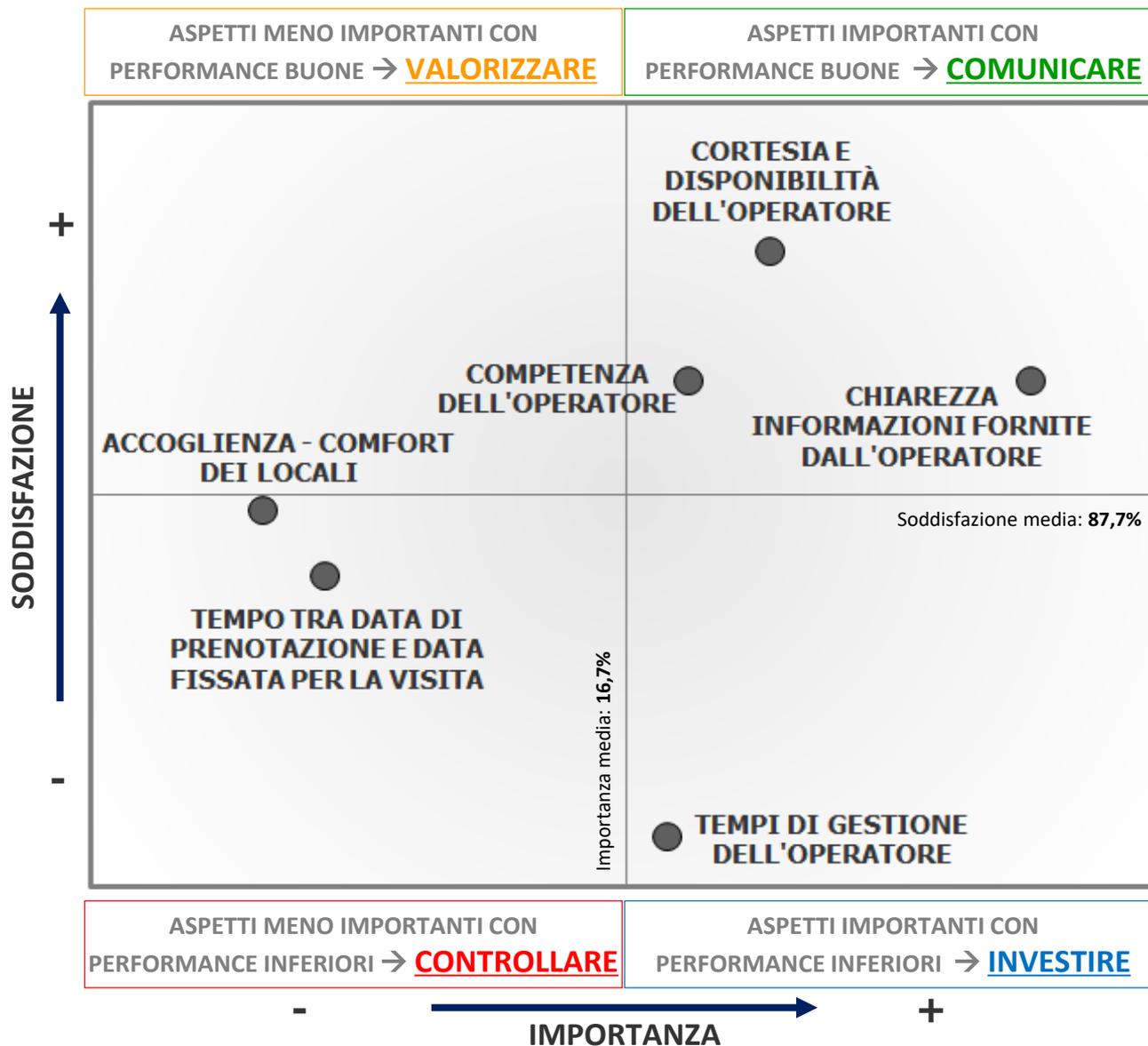


8,0

19,9



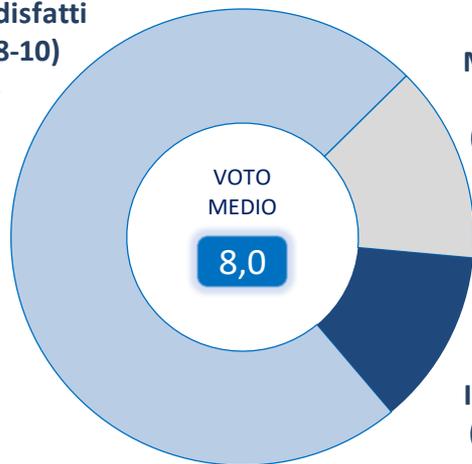
Punti di forza e priorità di intervento



“Per regolare in sicurezza il flusso agli Uffici commerciali, la società ha adottato un sistema di prenotazione per accedere su appuntamento ai locali.”

“Complessivamente come valuta il servizio di prenotazione all’AdF Point?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

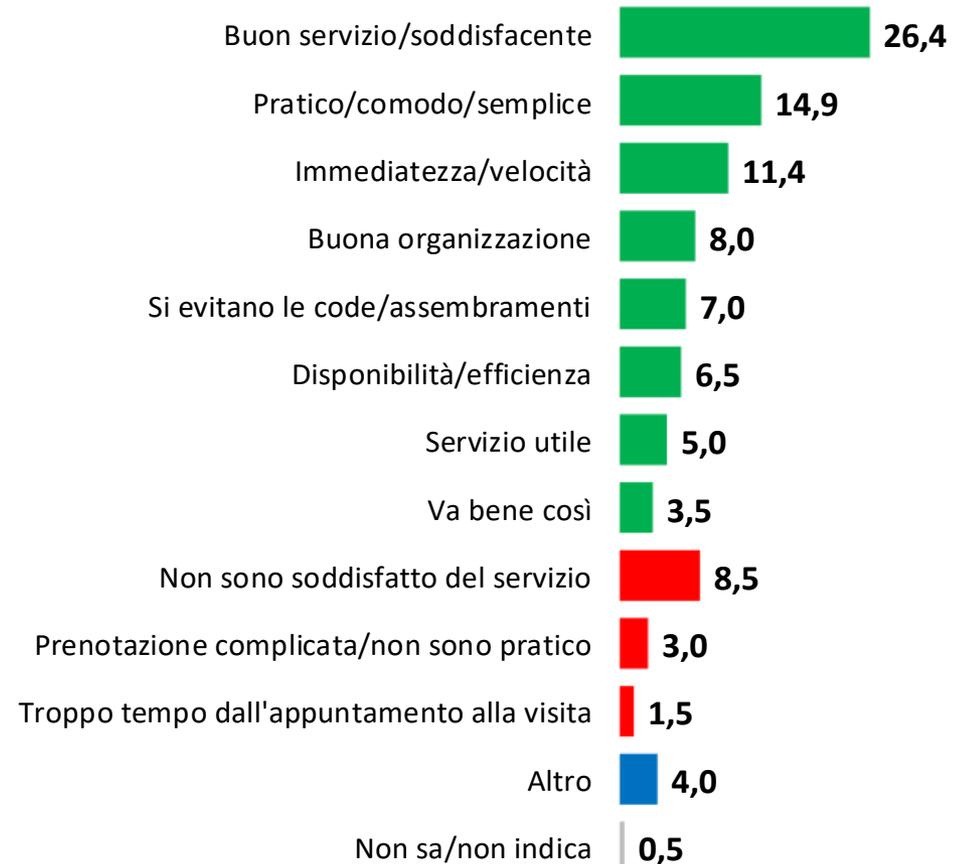
Molto soddisfatti
(% voto 8-10)
73,6



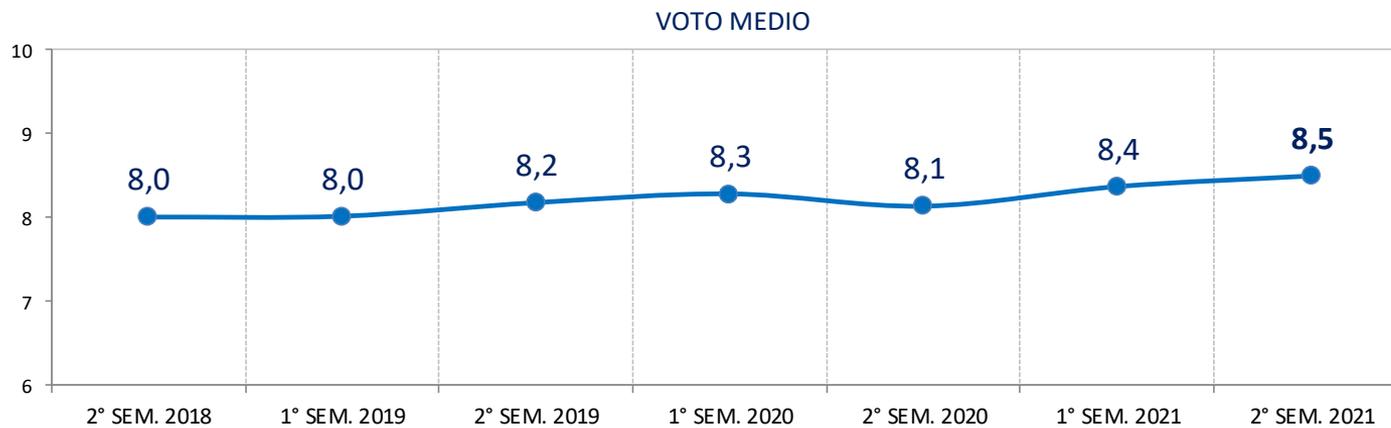
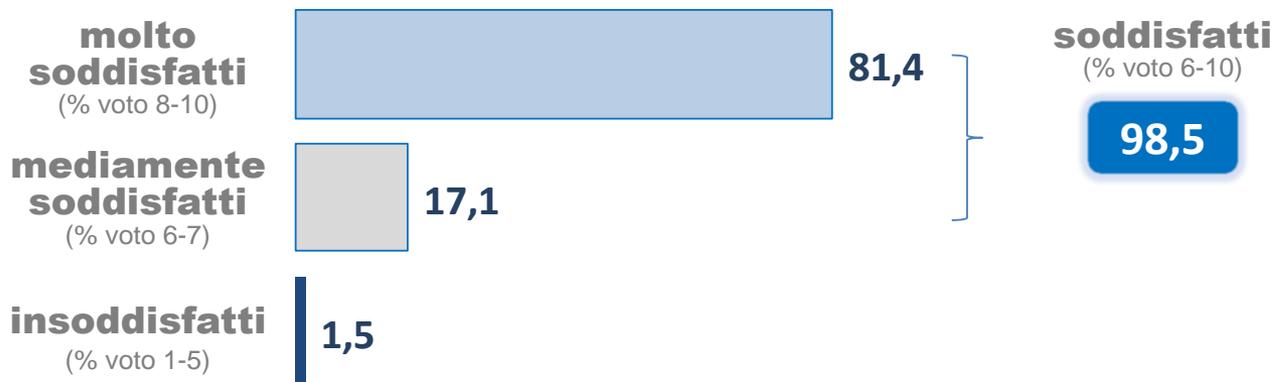
Mediamente soddisfatti
(% voto 6-7)
14,0

Insoddisfatti
(% voto 1-5)
12,4

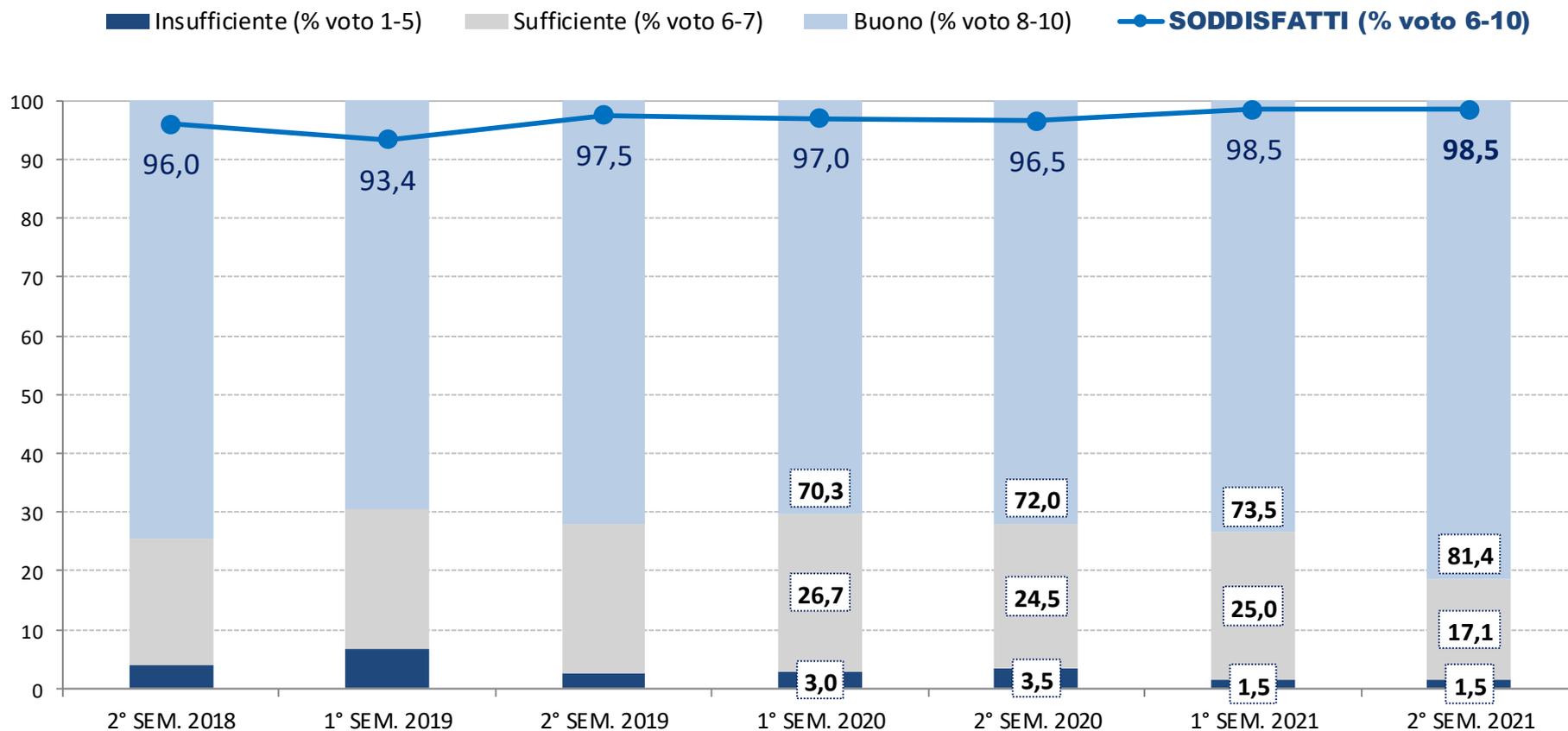
“Per quale motivo è di questa opinione?” (risposta spontanea)
%



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

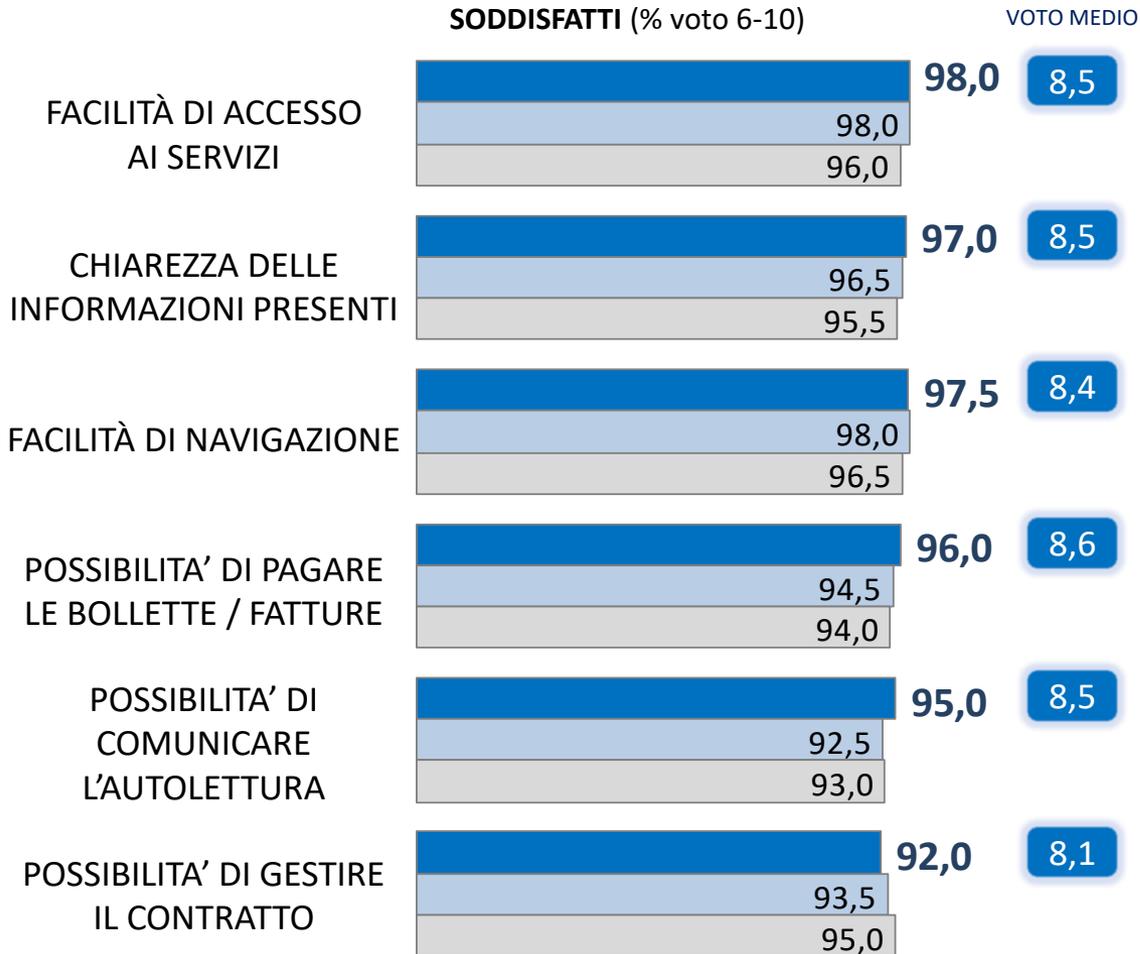


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



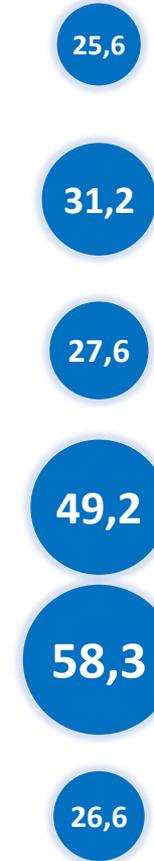
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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

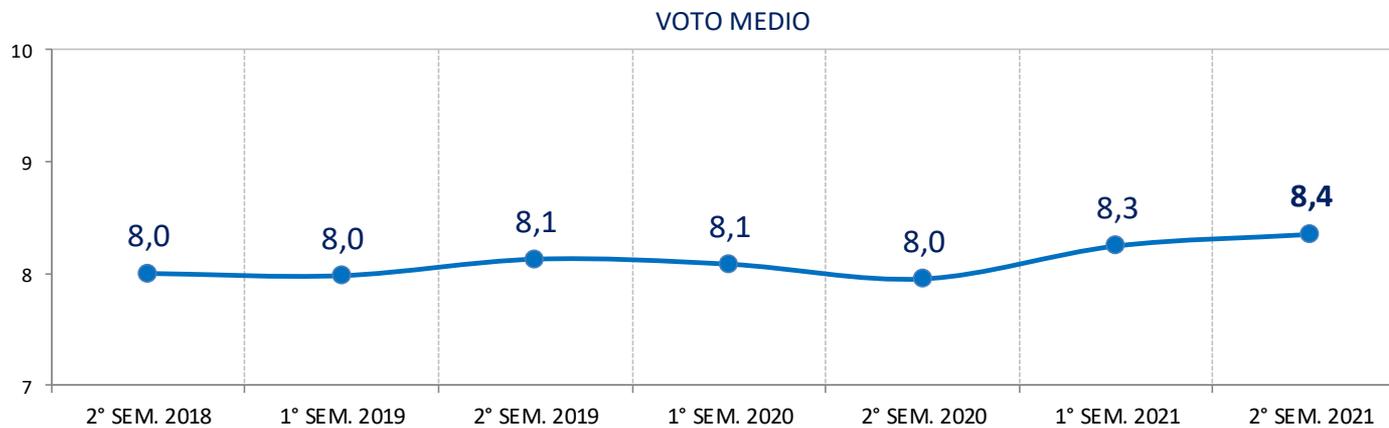
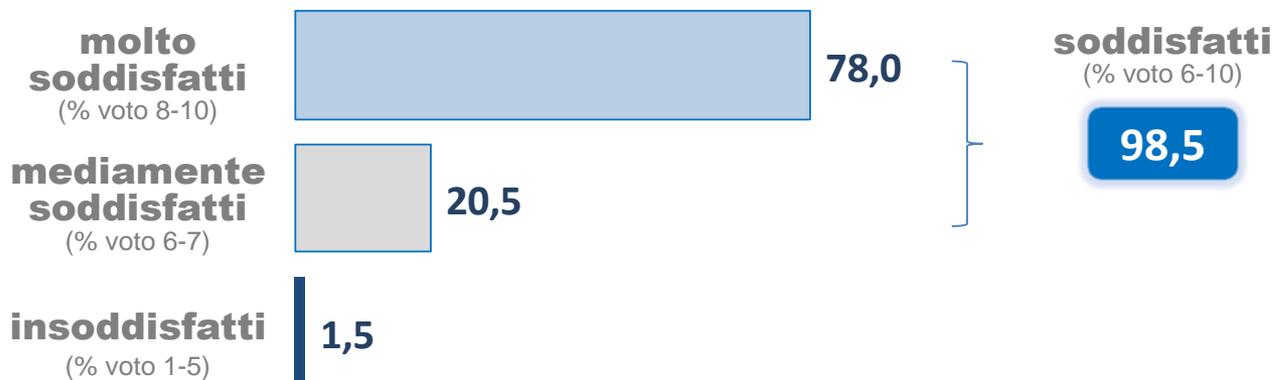


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

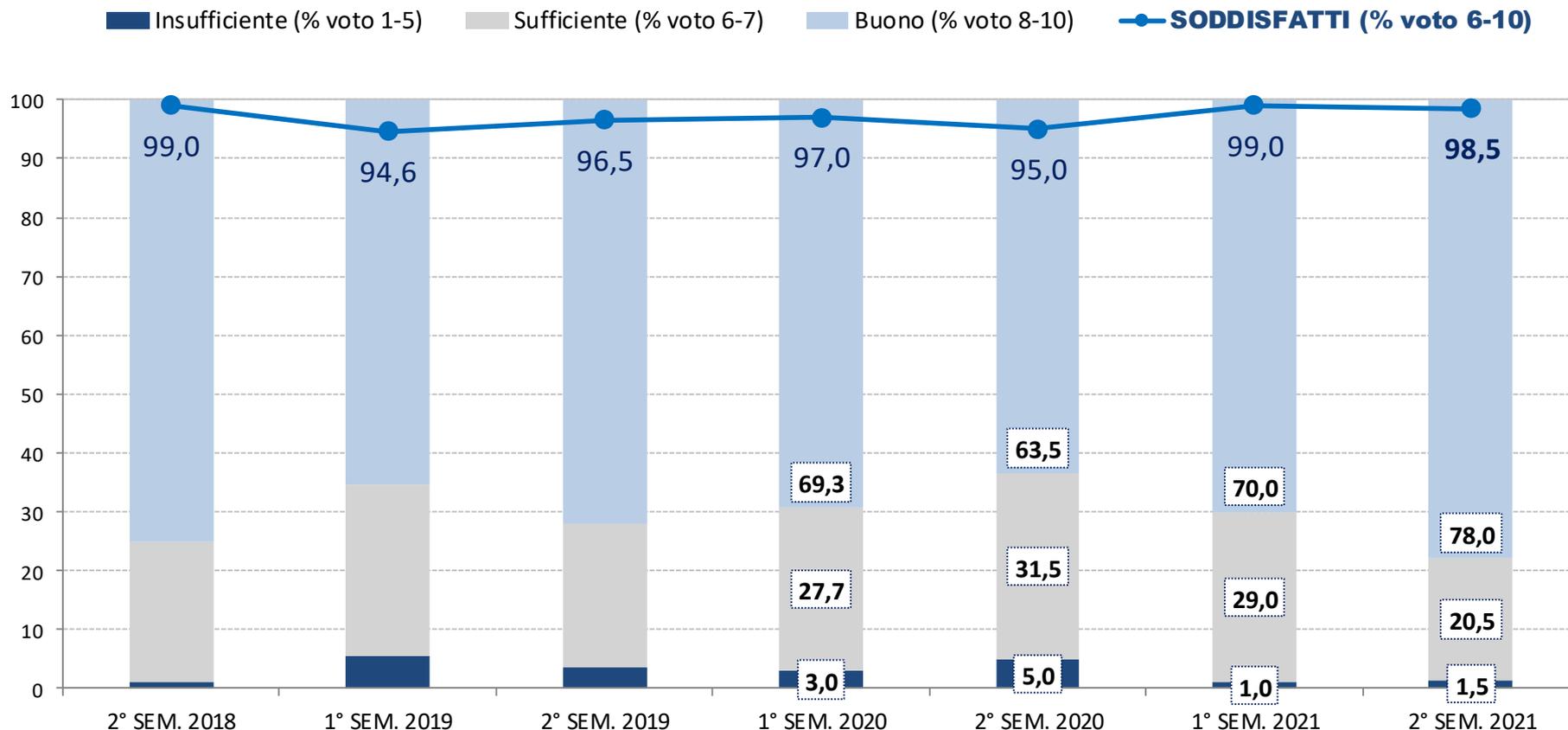
IMPORTANZA (% di citazione)



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



“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]

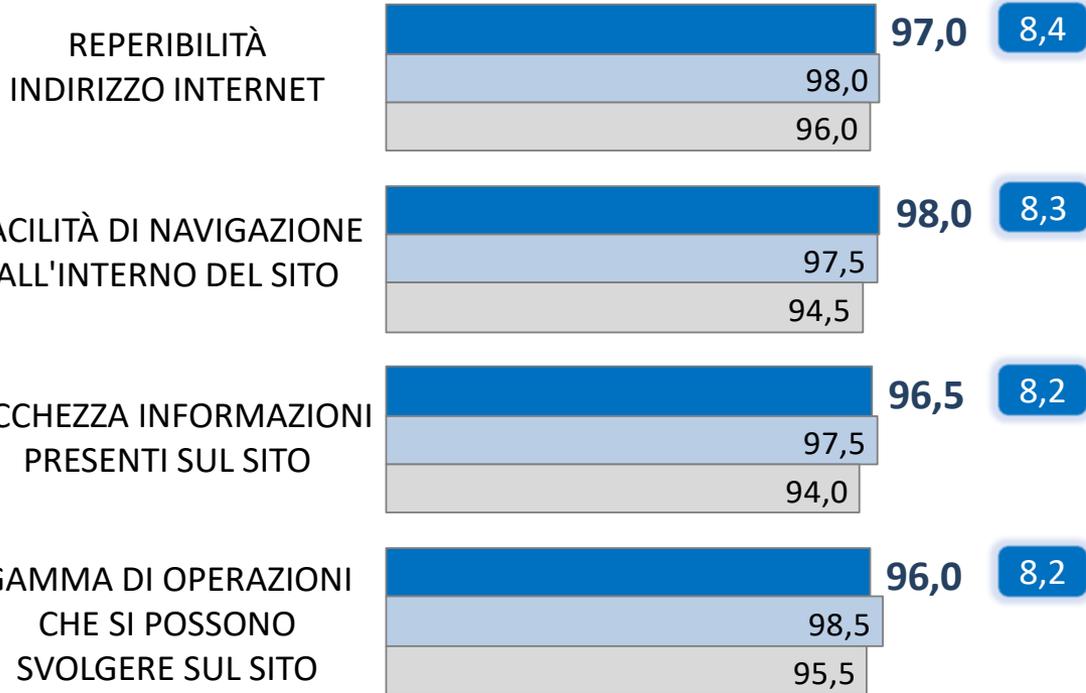
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

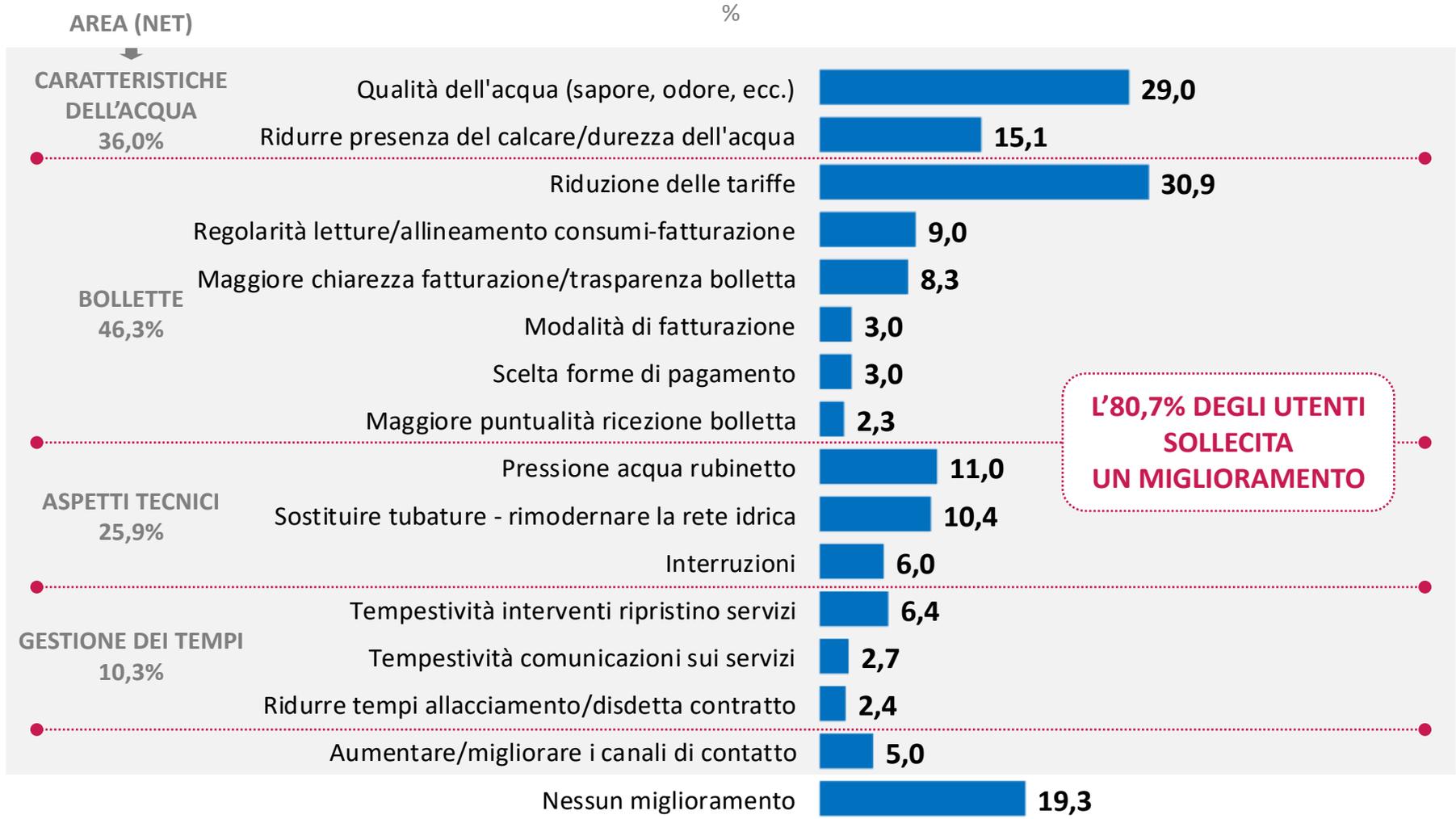


Sezione Open: altri temi

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

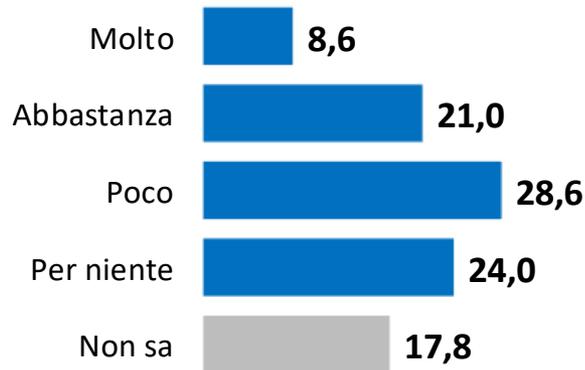


“Quali aspetti del servizio idrico fornito ritiene che debbano essere migliorati?” (risposta multipla)

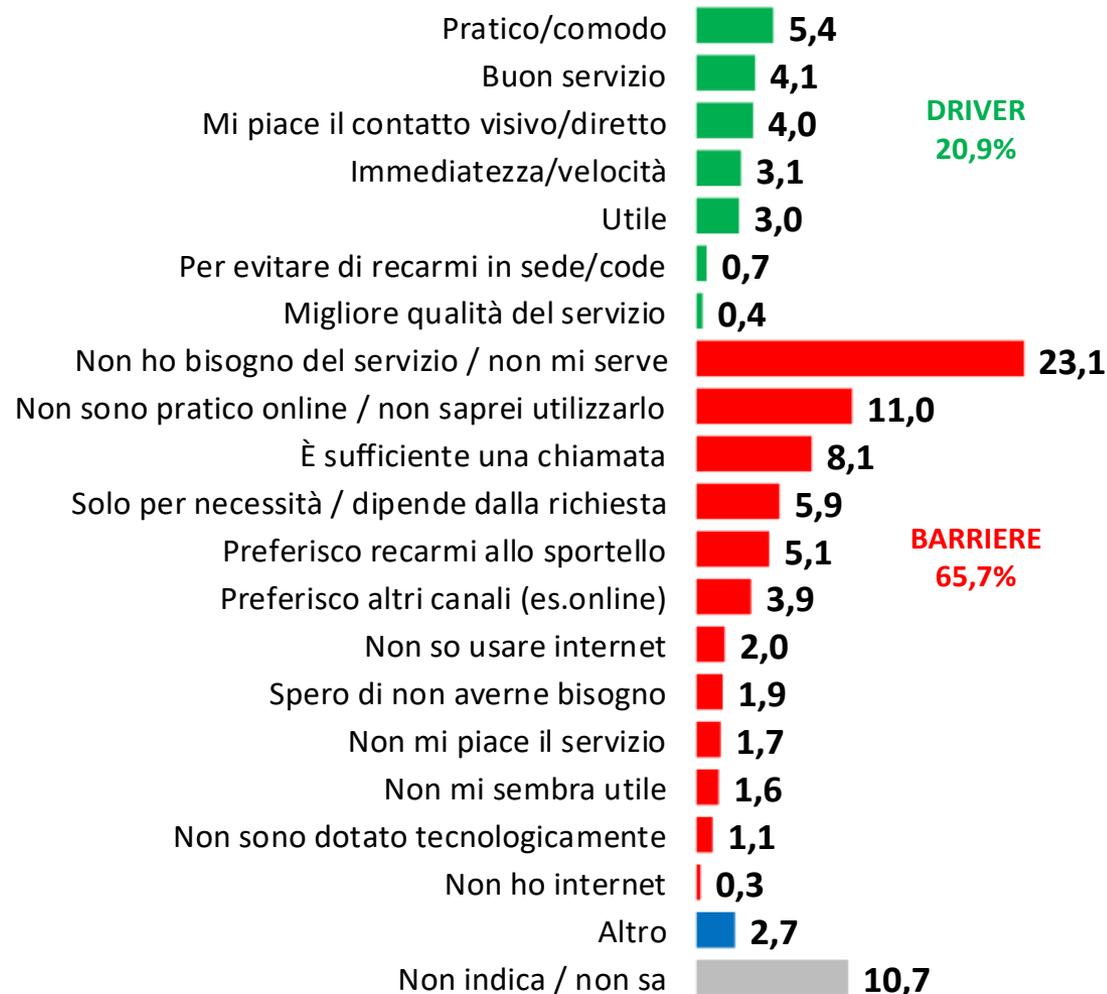


IL 9,6% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA

“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



69,5%

SITO INTERNET



22,2%

Linea subito libera 66,5%

Principali motivi di chiamata

- Informazioni su bollette 38,9%
- Voltura / subentro 12,8%
- Rateizzazione 12,3%
- Rettifica bollette o richieste di duplicato 10,3%
- Richiesta nuovo allaccio/Interventi sul contatore 8,4%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **72,4%**

chiamata successiva **25,6%**

altro canale contattato **11,8%**

*“Non riusciva ad accedere al servizio”
“Doveva verificare la fattura”
“Lunga attesa senza poter parlare con nessuno”
“Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondere”*

Il 37,5% ha tentato di risolvere il problema tramite il sito web / portale self service

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 63 RISPOSTE

- del tutto 46,0%
- abbastanza 38,1%

SODDISFATTI DI... ! 26 RISPOSTE

- Tempo di evasione della richiesta 96,2%
- Facilità dell'iter in modalità digitale 88,5%

Durata della chiamata



- meno di 2' 44,8%
- tra 2' e 5' 33,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **94,1%**



Non risolve, perché...



“Devo andare di persona all'ufficio competente”

“Rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **77,6%**

visita successiva **18,9%**

altro canale contattato **21,9%**

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



Il 47,7% ha tentato di risolvere il problema contattando il Call Center

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 67 RISPOSTE

- del tutto 52,2%
- abbastanza 19,4%

Principali motivi di visita

- Informazioni su bollette 31,3%
- Richiesta/variazione nuovo contratto/disdetta 28,9%
- Comunicazione autolettura 8,5%
- Pagamento bollette, pratiche domiciliazione bancaria 8,5%
- Modifica dati anagrafici 6,5%

Cosa non era chiaro? ! 63 RISPOSTE

- 57,1% - La suddivisione del consumo in scaglioni ad importi differenziati
- 14,3% - La detrazione dell'acconto nella bolletta a conguaglio
- 11,1% - La competenza di interessi di mora e spese di recupero del credito

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 30,8%
- tra 5' e 15' 49,3%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **91,0%**



Non risolve, perché...

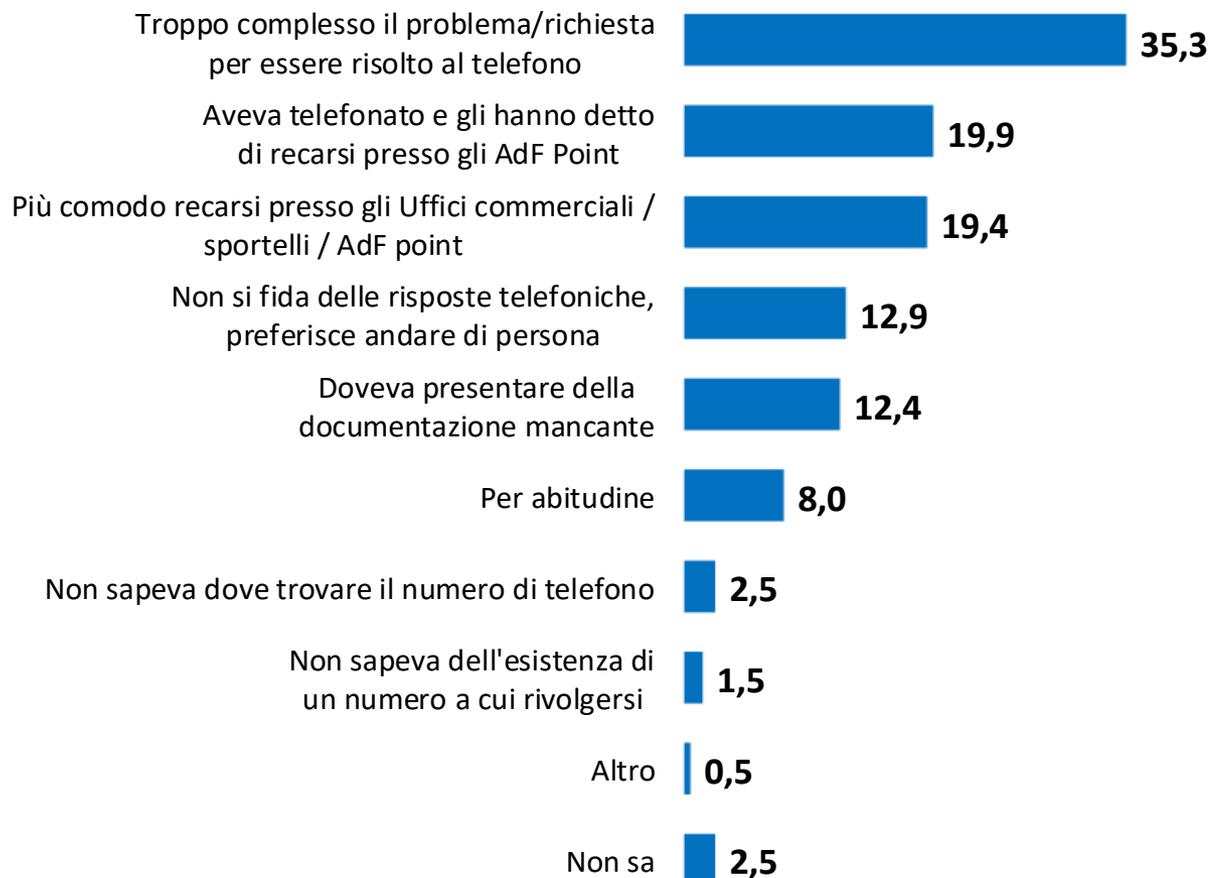


“Deve andare di persona all’ufficio competente”
 “Il personale non ha saputo dare una risposta esaustiva”

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



46,7%

SITO INTERNET



42,7%

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 64,8%

Tramite lo sportello online



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **89,9%**



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



“Problemi nel registrare l'autolettura”

“Difficoltà/criticità di navigazione”

“Per concludere la pratica ho dovuto contattare il NV”

Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 45,0%
- Gestione del contratto 33,0%
- Pagamento della bolletta/fattura 25,0%
- Richieste di duplicati fatture / bolletta web 14,5%
- Visualizzazione estratto conto 11,5%



Il 5,5% ha riscontrato difficoltà nella registrazione a MyFiora

“Non accettava il numero di telefono”
“Non è stato semplice rintracciare la sezione per la registrazione”

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

Informazioni coerenti nei diversi contatti

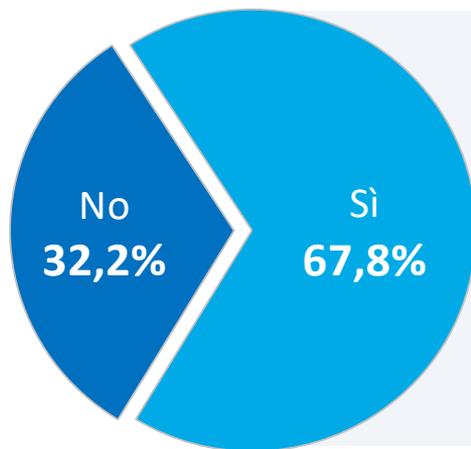
- del tutto 64,0%  **50 RISPOSTE**
- abbastanza 24,0%



62,0%

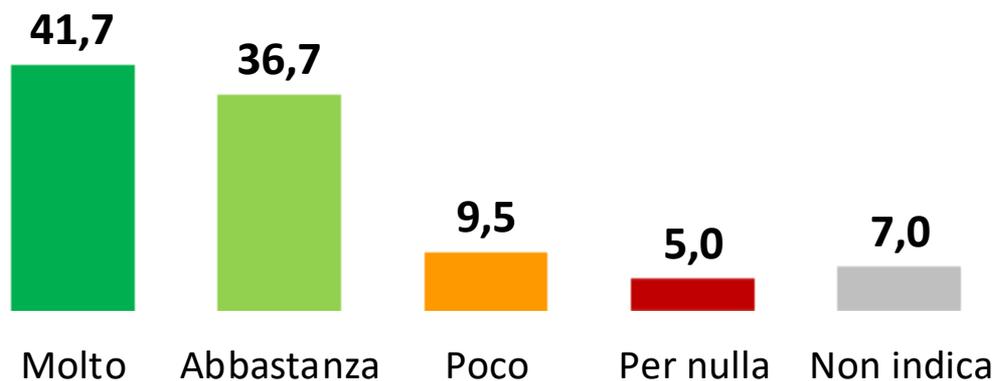


“Lei sa che esiste l'applicazione MyFiora scaricabile gratuitamente sullo smartphone dove è possibile effettuare le principali operazioni dello sportello online, come consultare lo stato dei pagamenti, inviare l'autolettura, etc?”

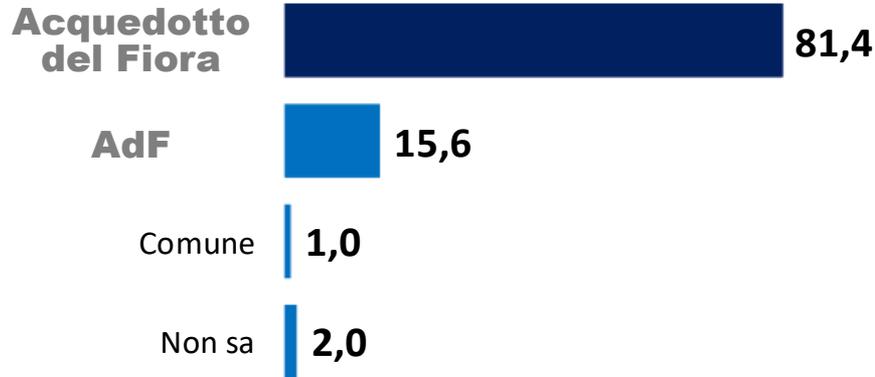


Al **62,2%** è capitato di utilizzare l'App MyFiora dal proprio smartphone

“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)
%



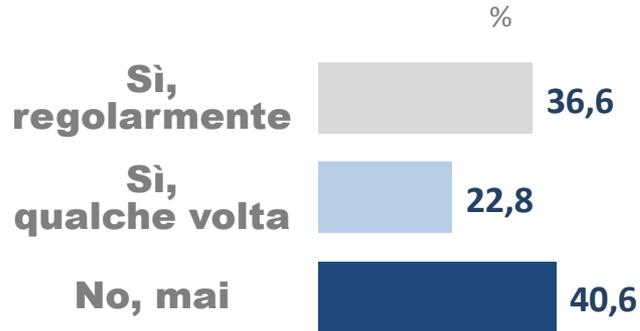
Il **68,4%** del campione sa che AdF gestisce anche il servizio di fognatura e depurazione

[69,6%, 1° SEM. 2021]

Utilizzo dell'acqua potabile



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



Il **68,6%** del campione sa che l'acqua erogata dal pubblico acquedotto è regolarmente controllata dall'azienda sanitaria locale

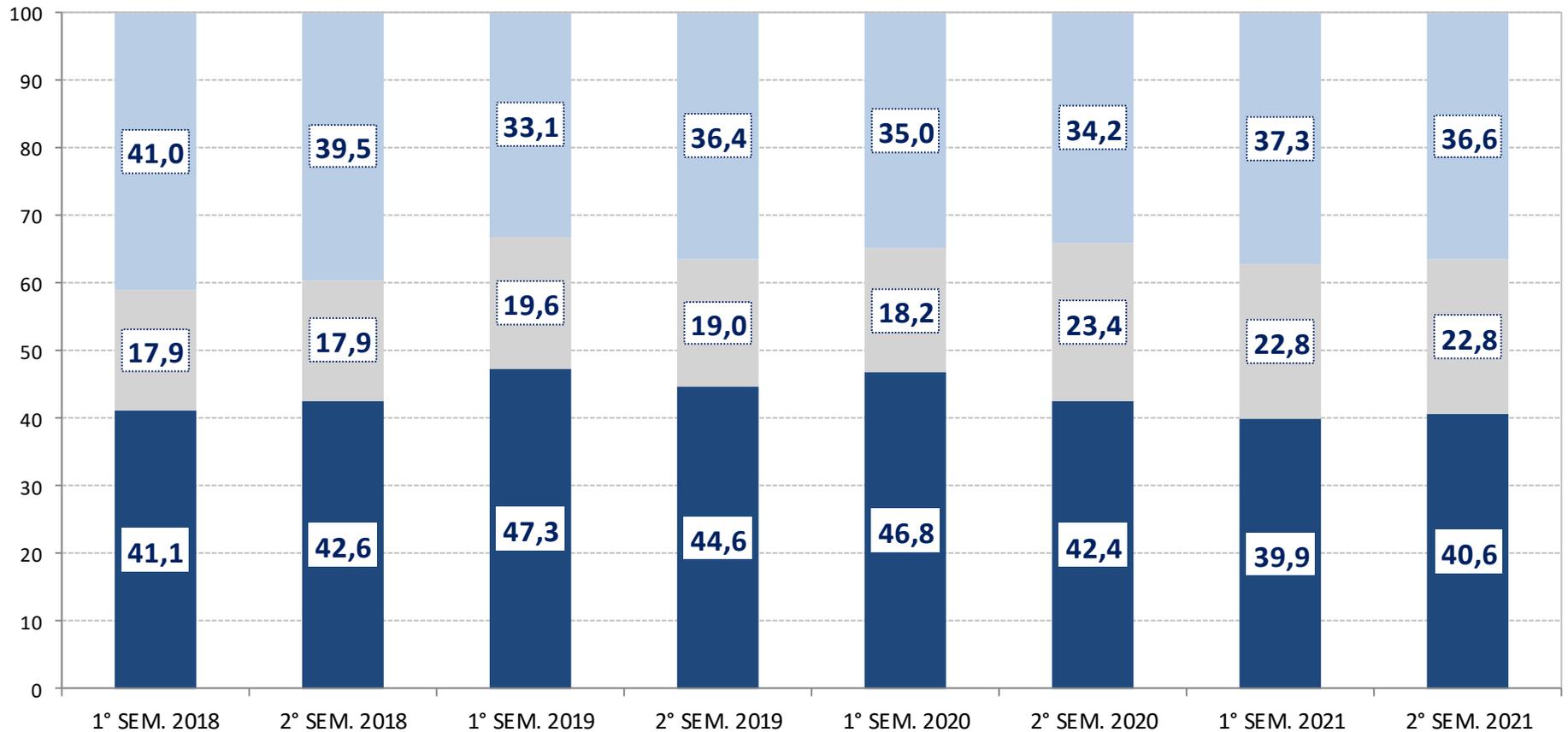
[72,6%, 1° SEM. 2021]





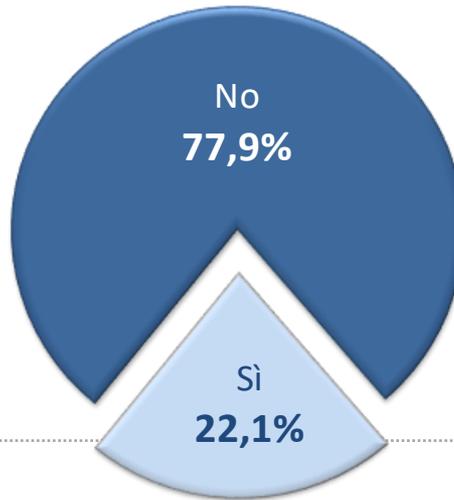
“Beve l’acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”
%

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

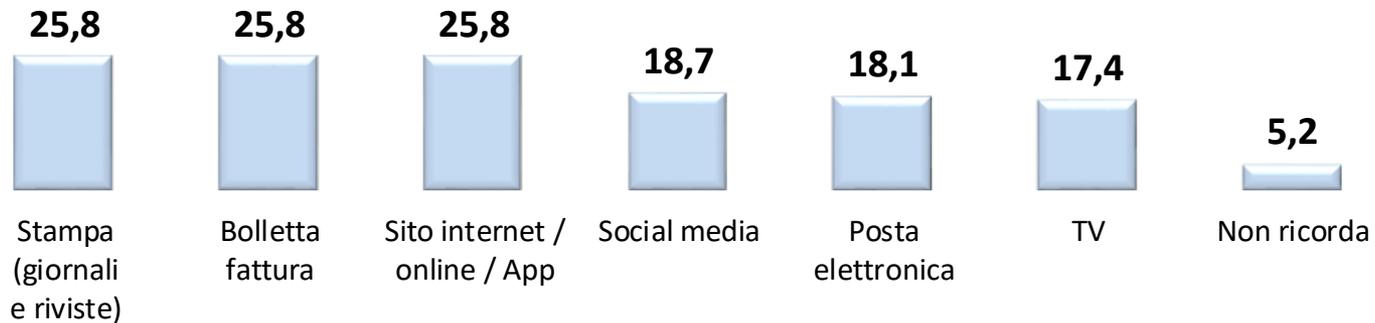


Base = UTENZE DOMESTICHE DIRETTE

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

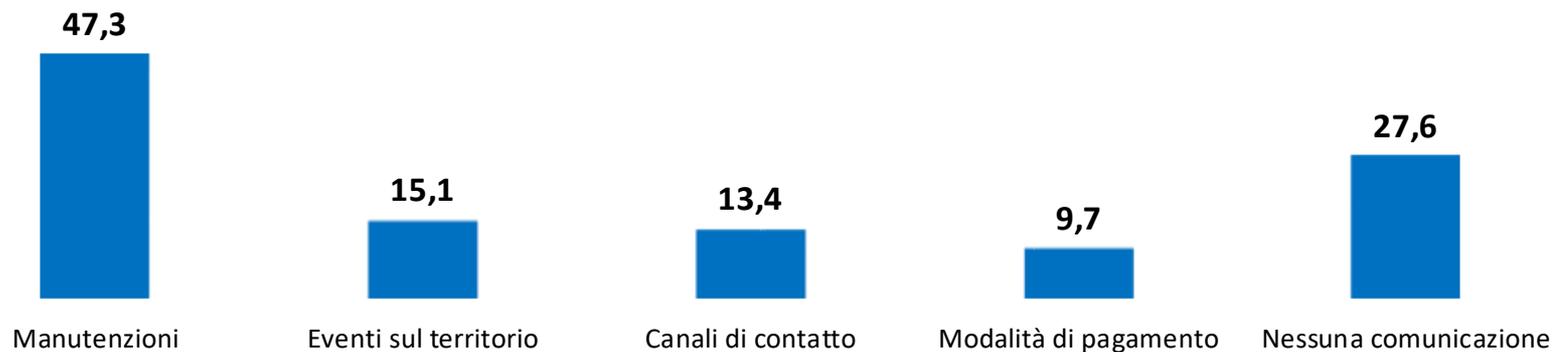


“Dove ha visto queste comunicazioni?” (risposta multipla)
%

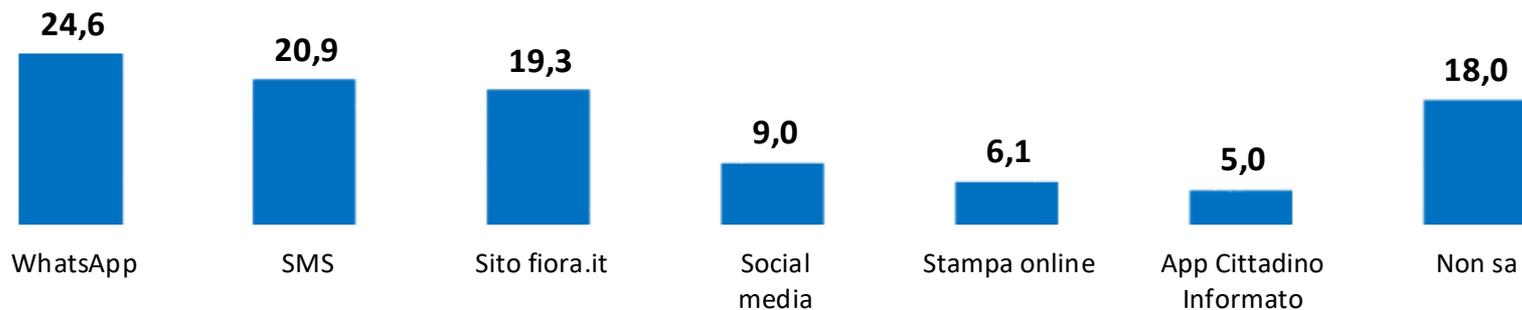


Temi e canali di comunicazione

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



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



Indagine CAWI

Campione di 100 utenti AdF intervistati tramite questionario online

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO

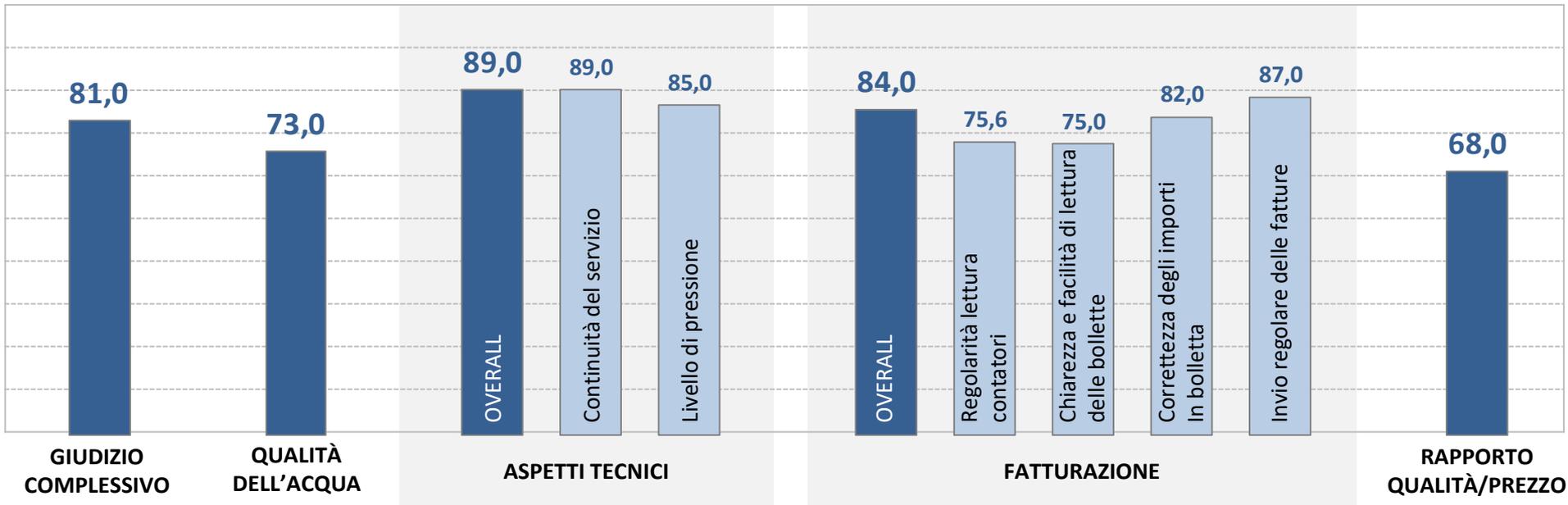
SESSO	UOMO	57,0%
	DONNA	43,0%
ETÀ	18-44 ANNI	21,2%
	45-54 ANNI	23,2%
	55 + ANNI	55,6%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE	87,5%
	INFERIORE	12,5%



VOTO MEDIO



SODDISFATTI (% voto 6-10)





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.

