

# Indagine di Customer Satisfaction

2° semestre 2020

report



realizzata da

**acea**

Direzione Affari Legali, Societari e  
Servizi Corporate

**CSA**  
RESEARCH



	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 online	35
💧 Sito internet	38

### SEZIONE OPEN 41 (aree di approfondimento su temi d'interesse della società)

💧 Aspetti da migliorare	42
💧 Numero Verde Commerciale	43
💧 Sportello online	44
💧 App MyFiora	45
💧 Conoscenza protagonisti del servizio idrico	46
💧 Utilizzo dell'acqua potabile	47
💧 Comunicazione da parte dell'azienda	49
💧 Temi e canali di comunicazione	50

## INDAGINE CAWI 51

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 il biennio 2019-2020, **CSA Research** si occuperà dell'impostazione tecnica della ricerca, della raccolta dati e dell'analisi dei risultati.

L'attività di coordinamento all'interno di ACEA è svolta dalla Direzione Affari Legali, Societari e Servizi Corporate - Unità Relazioni con gli Stakeholder, 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 2020**.

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

Hanno partecipato all'indagine **1.600 clienti** della società: la raccolta dei dati è avvenuta da novembre a dicembre 2020, periodo caratterizzato dall'emergenza sanitaria COVID.

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 ACQUEDOTTO DEL FIORA 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:

- 🔍 **801** interviste rivolte a **clienti domestici con utenza diretta (indagine generale)**
- 🔍 **200** interviste rivolte a clienti che **hanno chiamato il Numero Verde Commerciale (call back NV Commerciale)** nel periodo luglio - ottobre 2020
- 🔍 **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno chiamato il Numero Verde segnalazione guasti (call back NV segnalazione guasti)** nel periodo luglio - ottobre 2020
- 🔍 **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **hanno ricevuto un intervento tecnico (call back intervento tecnico)** nel periodo agosto – novembre 2020
- 🔍 **200** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono registrati allo sportello online (call back sportelli online)** nel periodo luglio – novembre 2020

A causa dell'emergenza sanitaria COVID e delle conseguenti restrizioni imposte, non è stato incluso nel monitoraggio della qualità percepita il call back sportelli fisici.

- *Per l'indagine generale sono state realizzate 700 interviste CATI e 101 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 Acquedotto del Fiora SpA.



AREA CLIENTI domestici	CAMPIONE CATI n° interviste	% AREA
COSTA	315	45,0
MONTAGNA	160	22,9
SENESE	225	32,1

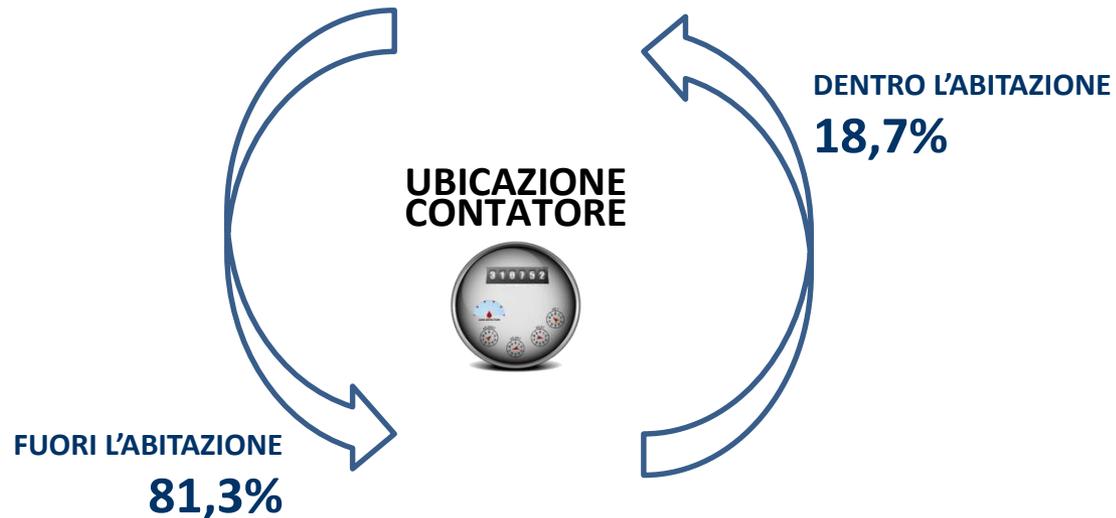
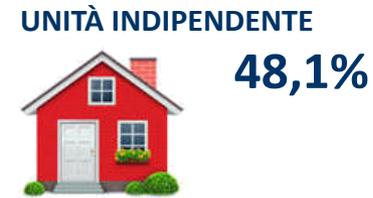
I campioni di clienti utilizzatori dei canali di contatto sono stati estratti casualmente dagli elenchi forniti da Acquedotto del Fiora.

# Profilo utenza e utilizzatori dei canali



%	UTENZA GENERALE	SEGNALAZIONE GUASTI	INTERVENTO TECNICO	NUMERO VERDE COMMERCIALE	SPORTELLI ONLINE
UOMO	50,3	53,0	60,0	49,0	61,5
DONNA	49,7	47,0	40,0	51,0	38,5
18-34 ANNI	4,6	7,6	11,1	4,9	17,1
35-44 ANNI	15,7	14,1	16,8	14,3	26,6
45-54 ANNI	20,4	31,4	24,7	22,5	19,6
55-64 ANNI	25,1	20,5	23,2	28,0	16,1
65 + ANNI	34,2	26,5	24,2	30,2	20,6
ISTRUZIONE SUPERIORE	64,3	76,2	72,9	66,7	86,9
ISTRUZIONE INFERIORE	35,7	23,8	27,1	33,3	13,1
LAVORATORE DIPENDENTE	39,4	40,0	44,3	44,2	56,3
LAVORATORE AUTONOMO	15,6	22,1	24,7	13,3	15,1
DISOCCUPATO – IN CERCA	2,9	3,2	3,1	0,6	1,0
PENSIONATO	30,1	24,2	20,1	24,3	20,6
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	11,9	10,5	7,7	17,7	7,0

## 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:

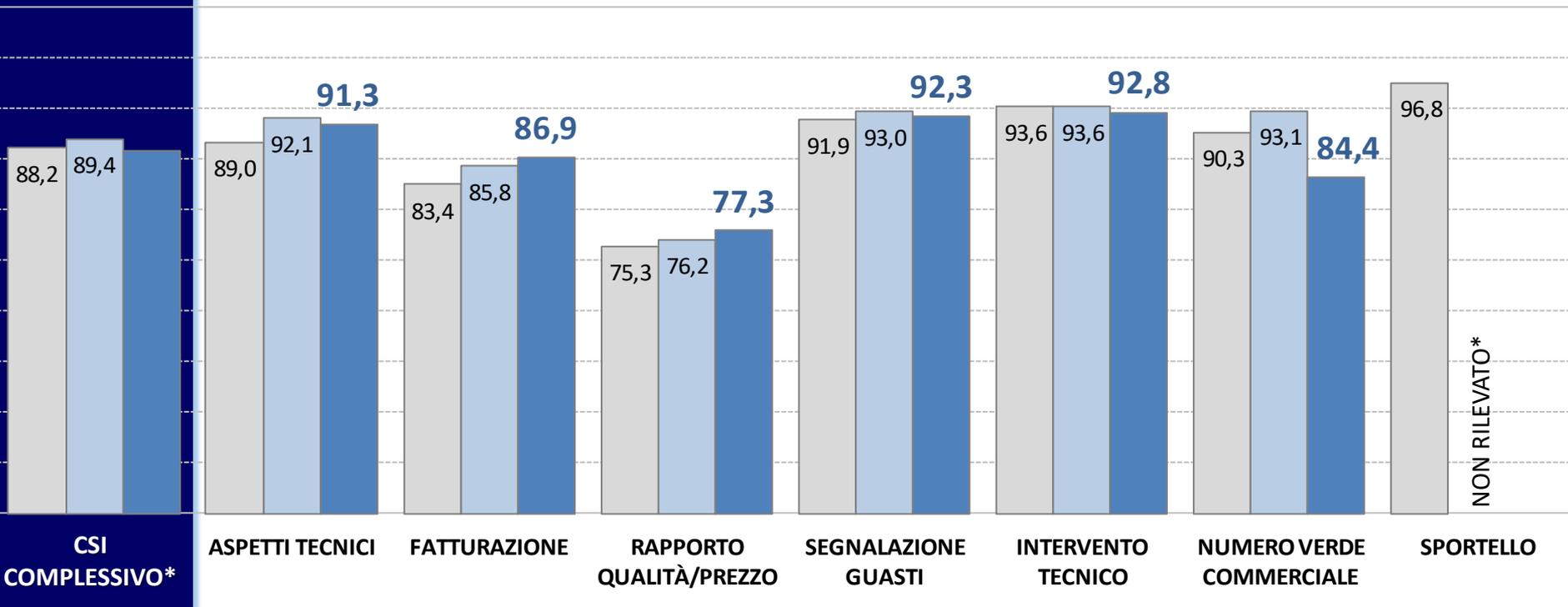
$$\frac{\sum_{i=1}^n CSI\ PARZIALE_i \times PESO\ FATTORE_i}{\sum_{i=1}^n PESO\ FATTORE_i}$$



\* 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.

**87,9**

■ 2° SEM. 2019   ■ 1° SEM. 2020   ■ 2° SEM. 2020



\* 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.

# Sezione Customer Satisfaction

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



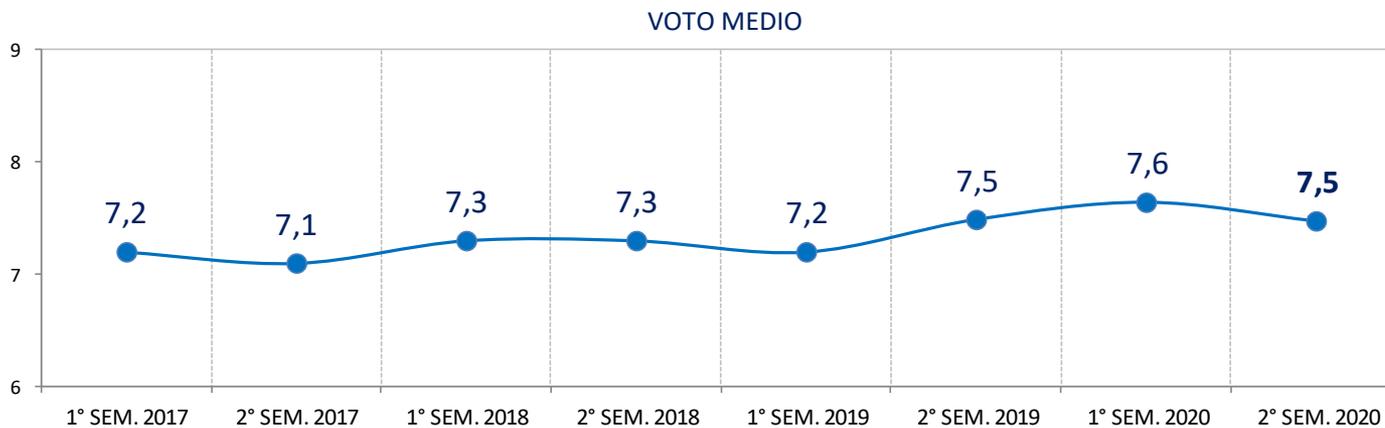
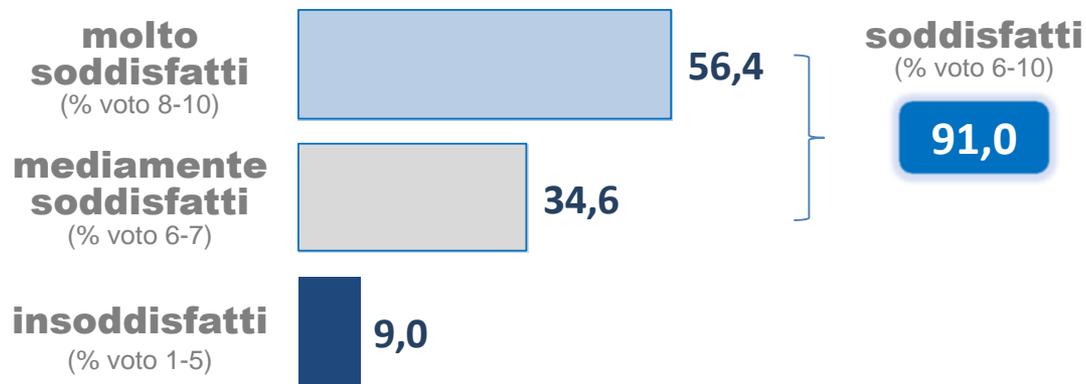
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **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

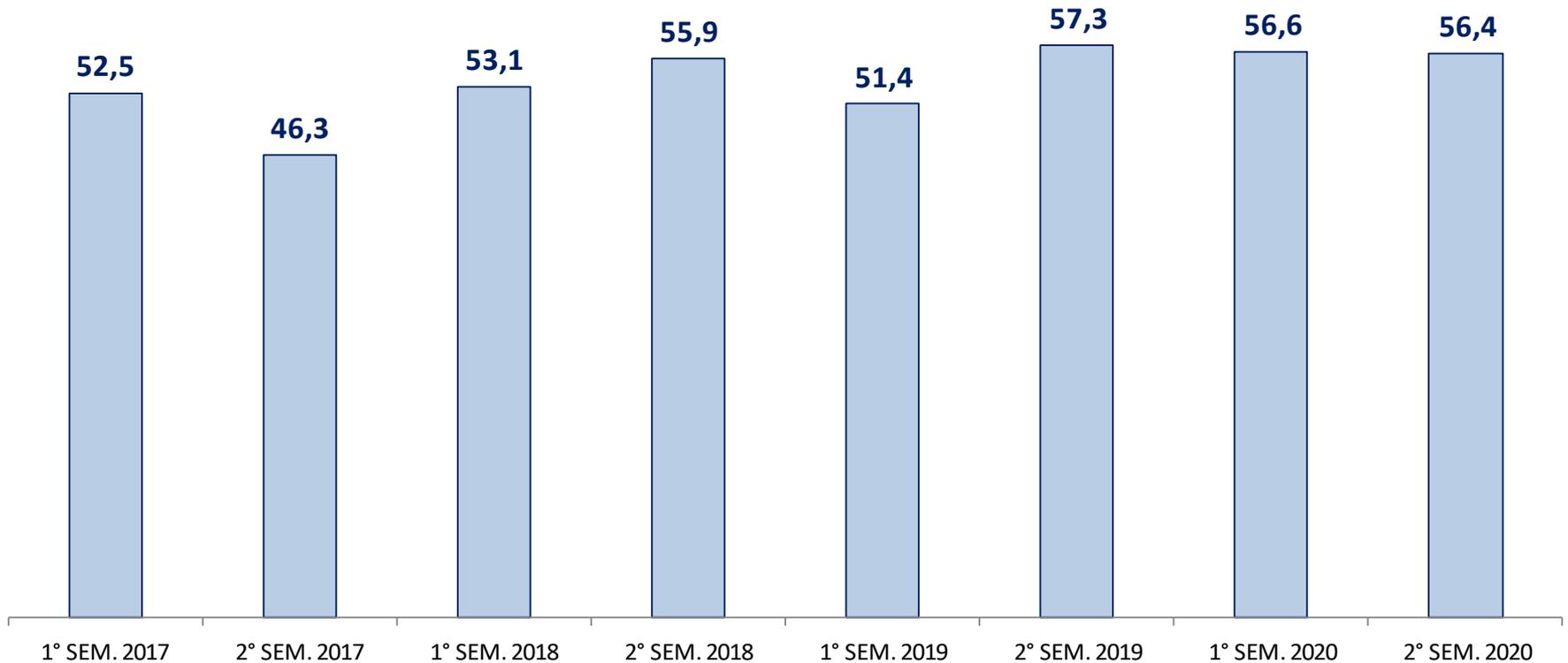
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



# Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

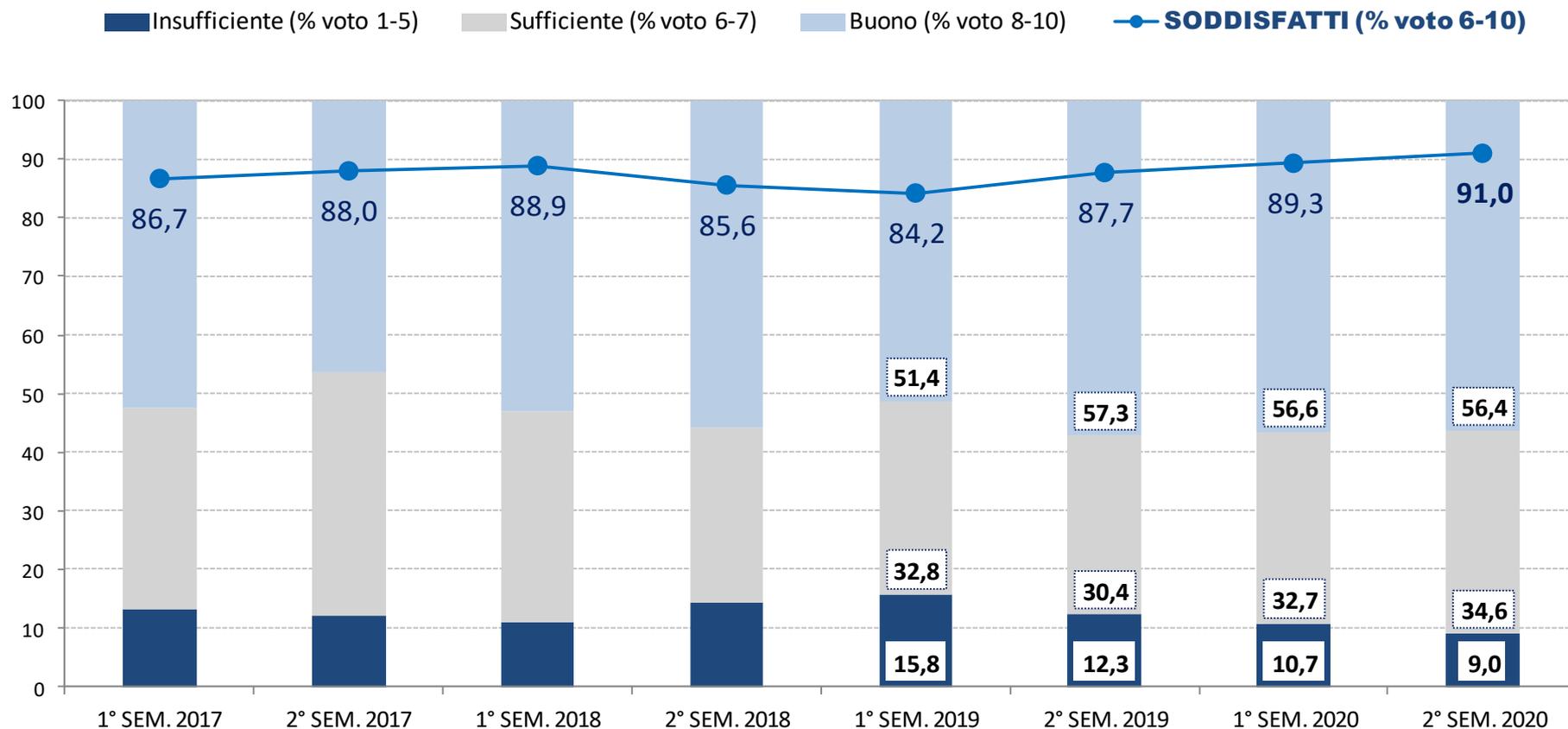
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

## molto soddisfatti (% voto 8-10)

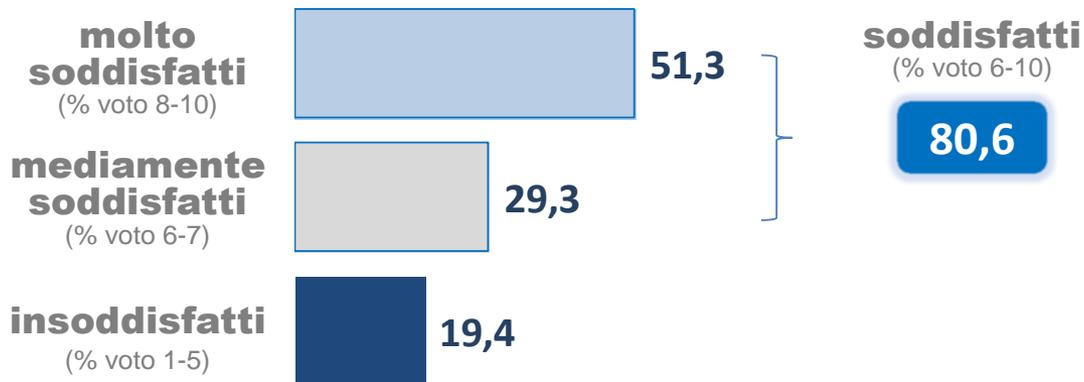


# Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

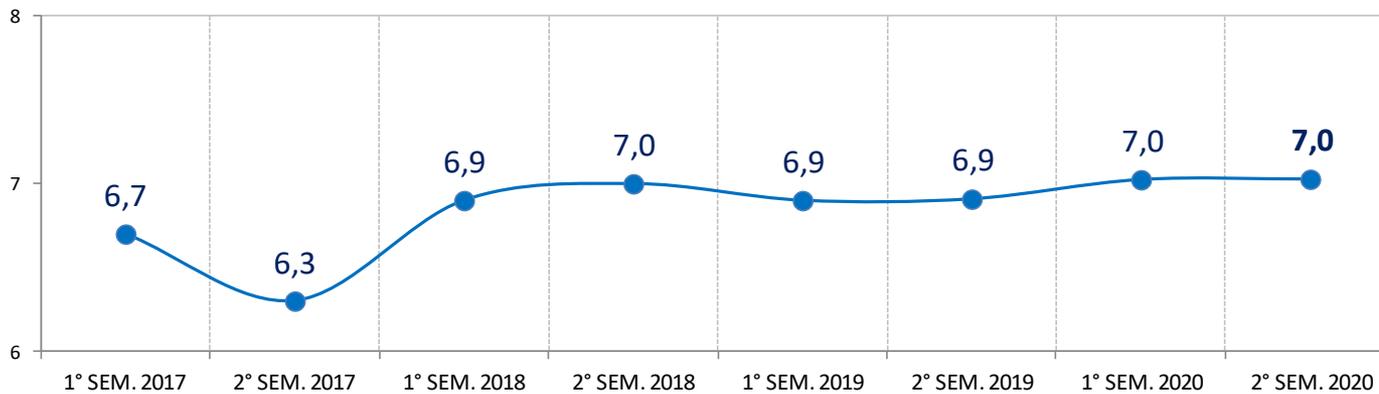
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



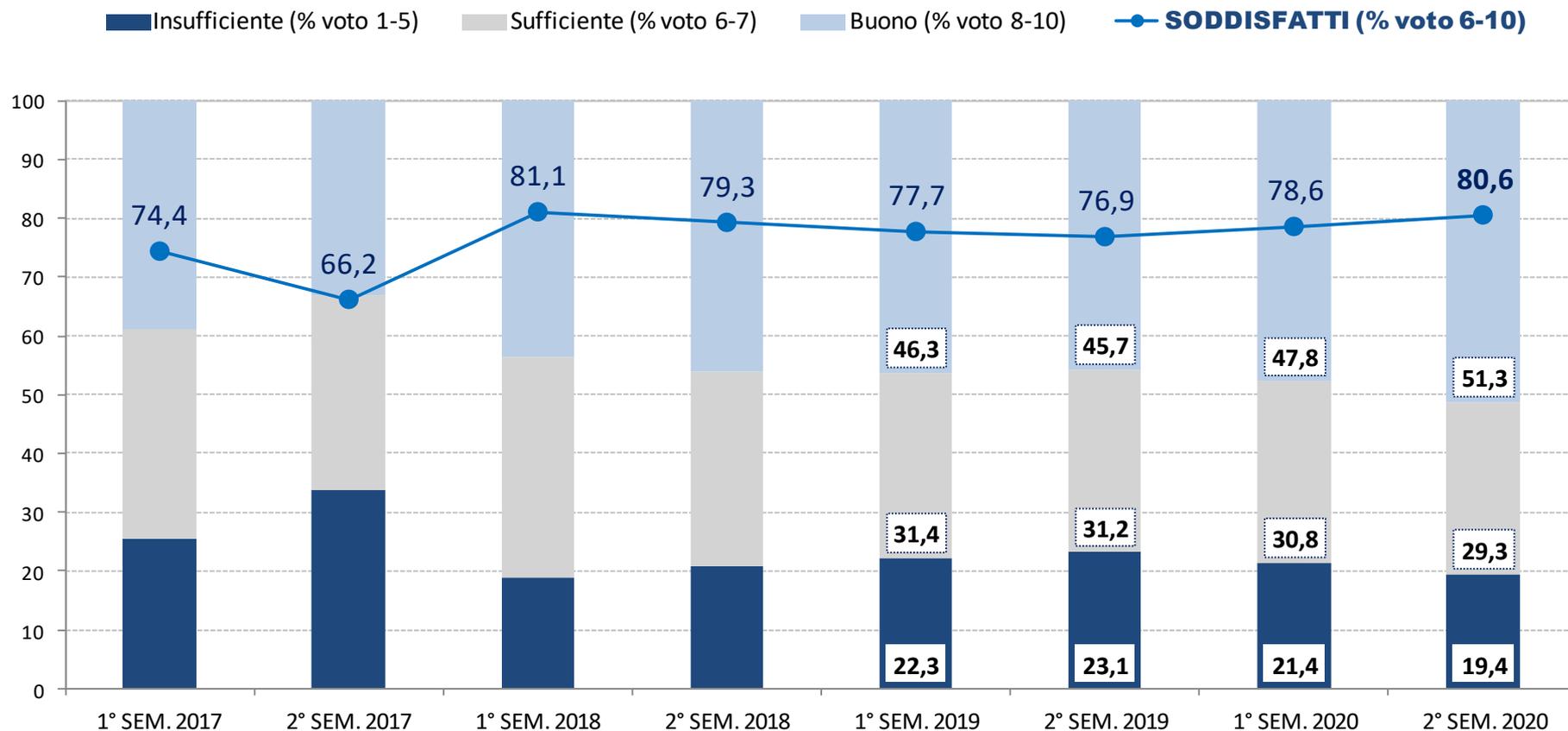
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? Nella valutazione sarebbe opportuno che lei non tenesse in considerazione eventi sporadici derivanti da guasti” [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



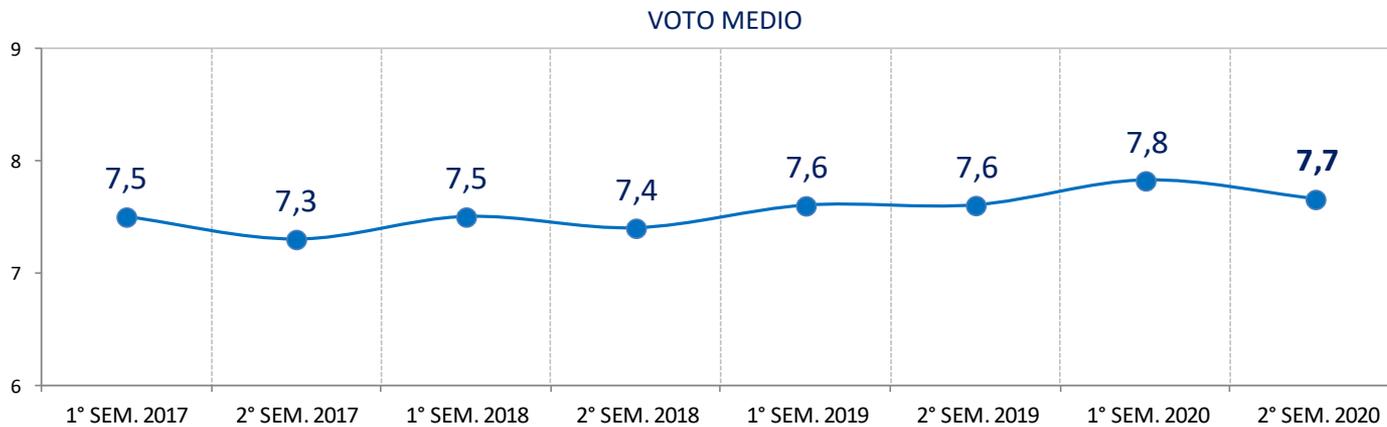
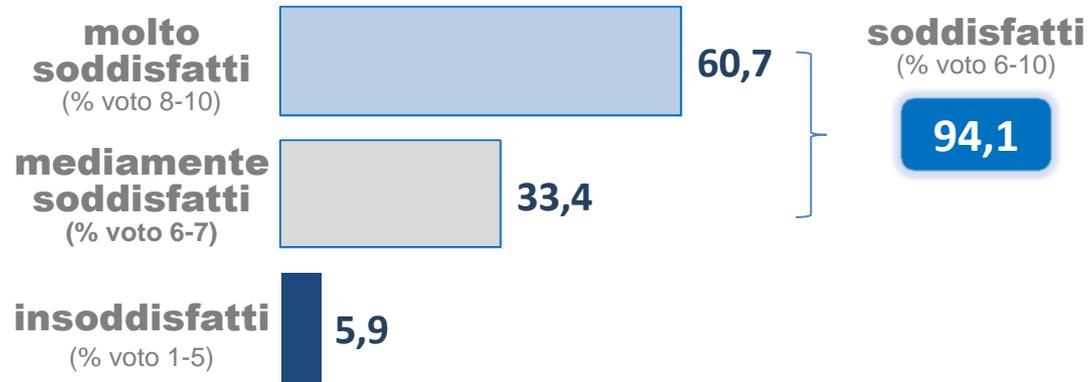
VOTO MEDIO



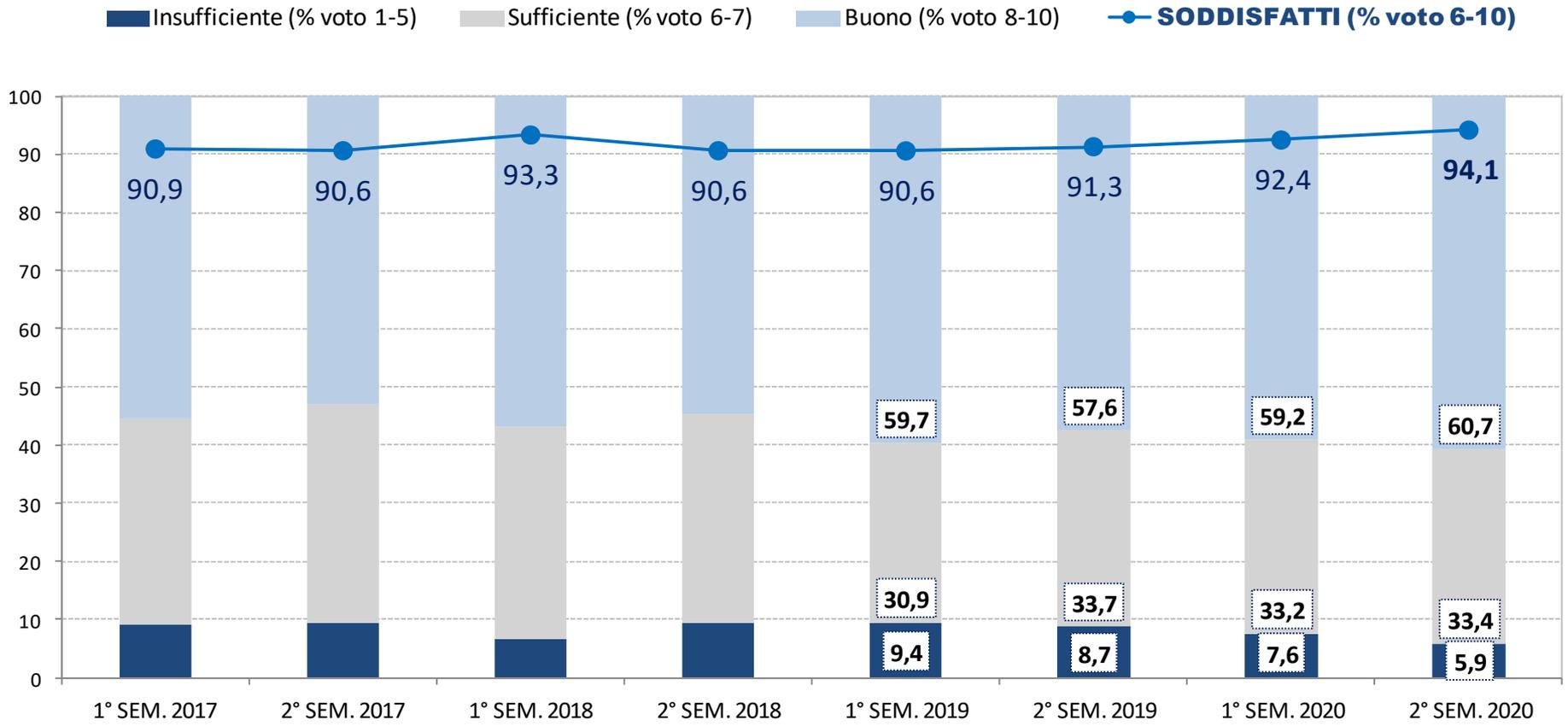
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]”



“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. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

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

VOTO MEDIO

**IMPORTANZA** (% di citazione)

CONTINUITÀ  
DEL SERVIZIO



7,8

78,4

LIVELLO DI  
PRESSIONE ACQUA



7,6

21,6

**CONDOMINIO**



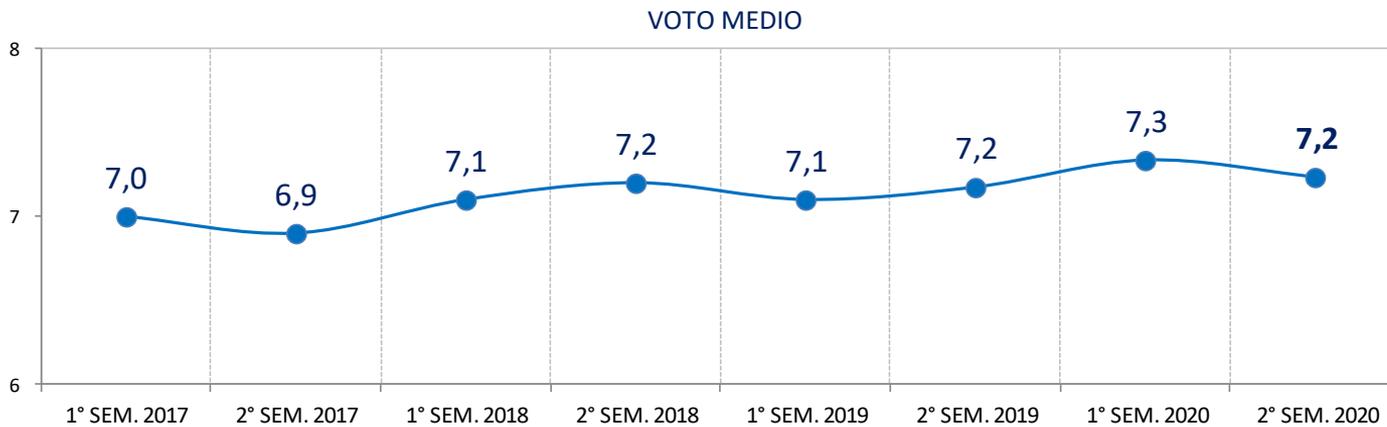
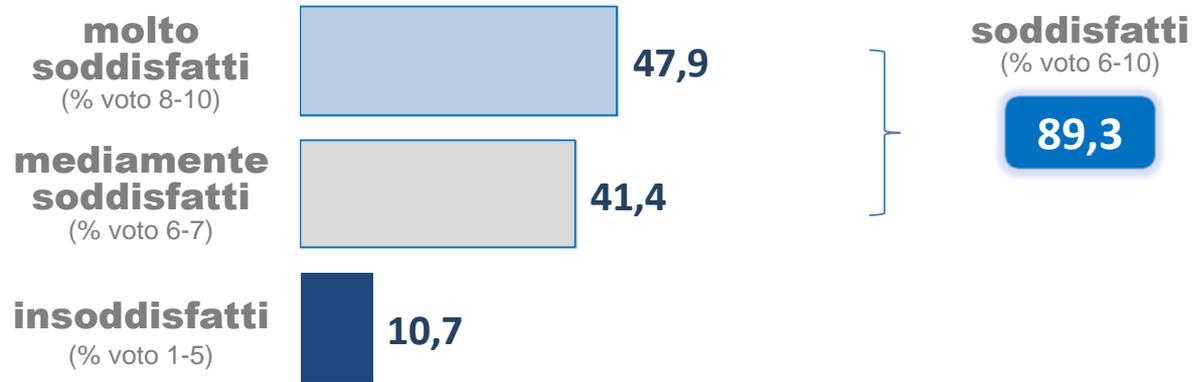
91,7%

**UNITÀ INDIPENDENTE**



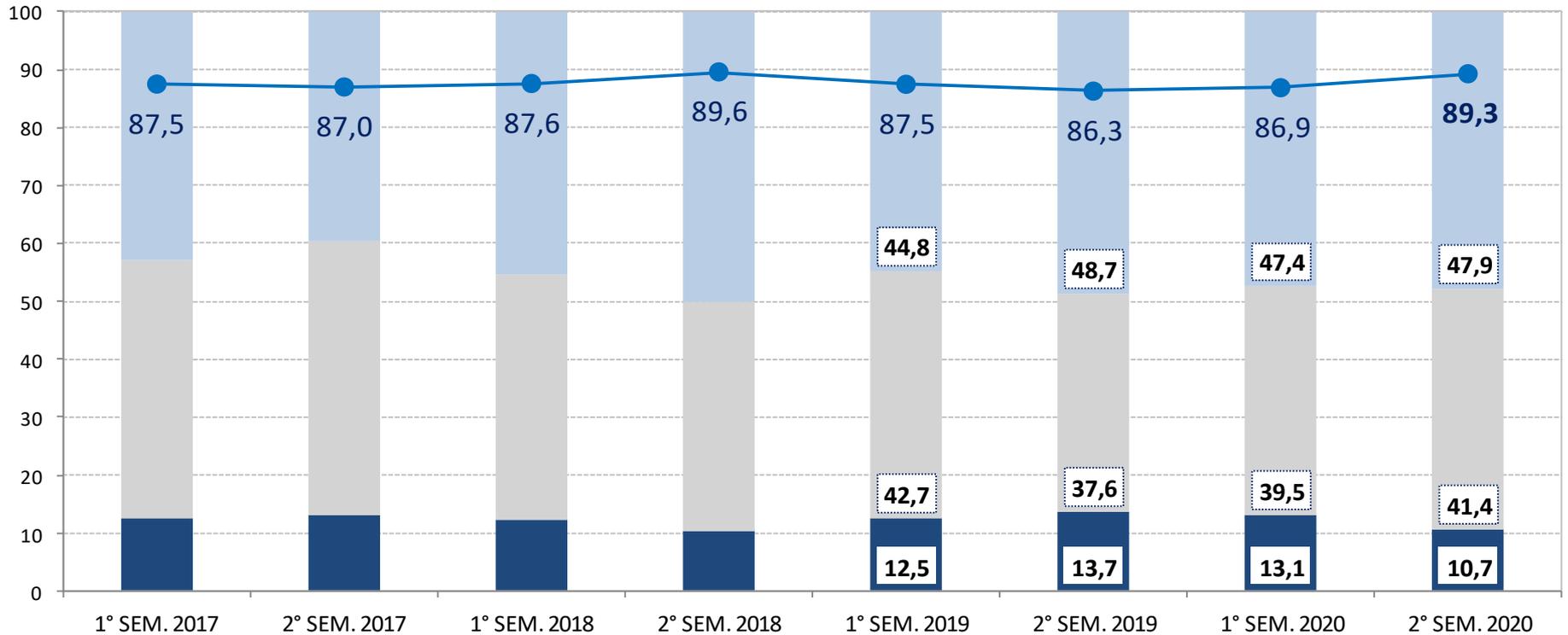
90,5%

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



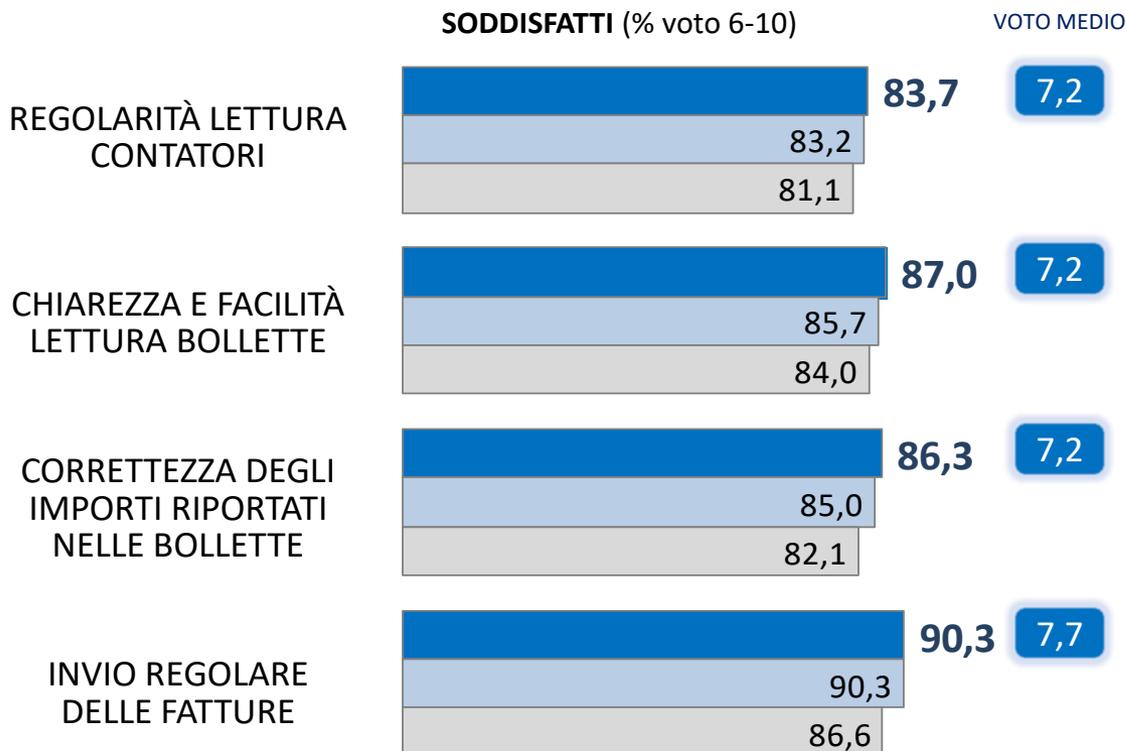
“Considerando complessivamente gli aspetti relativi alla fatturazione, negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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



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

■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

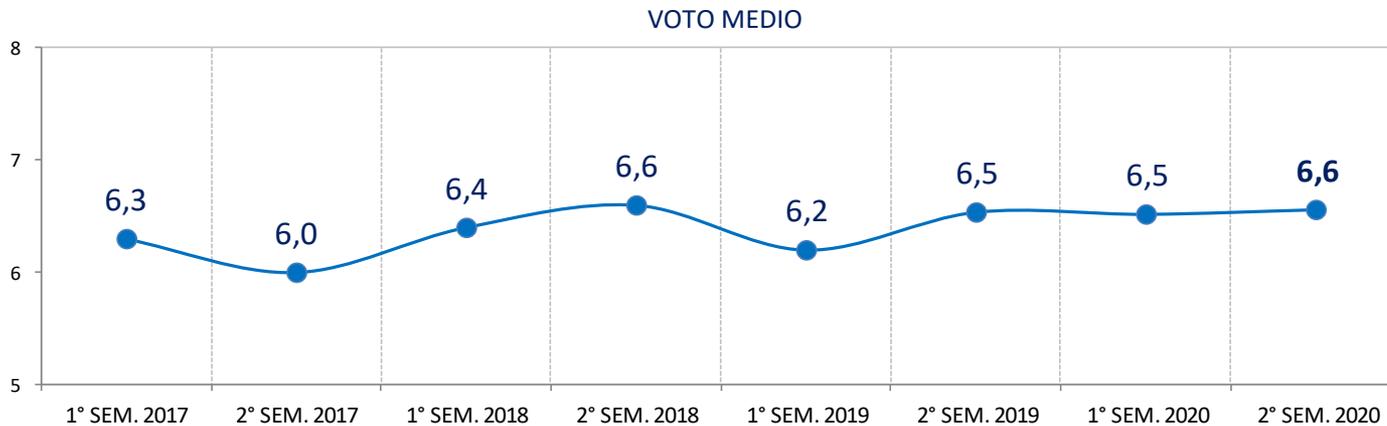
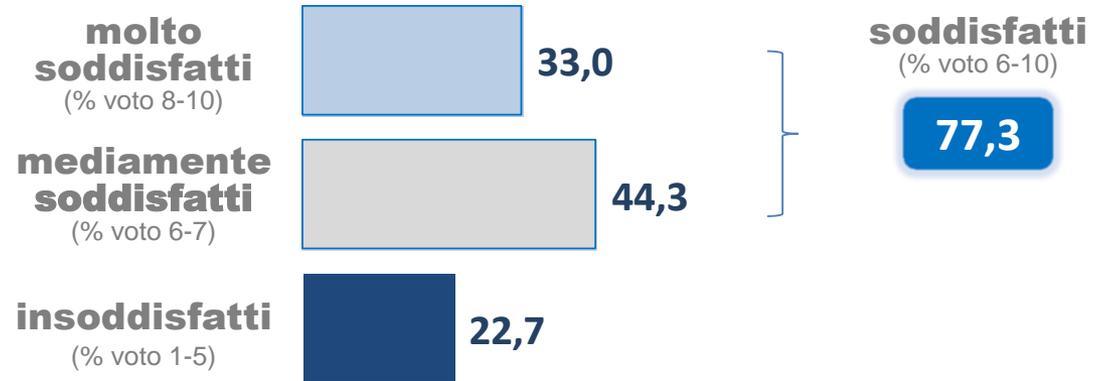


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 2 risposte)

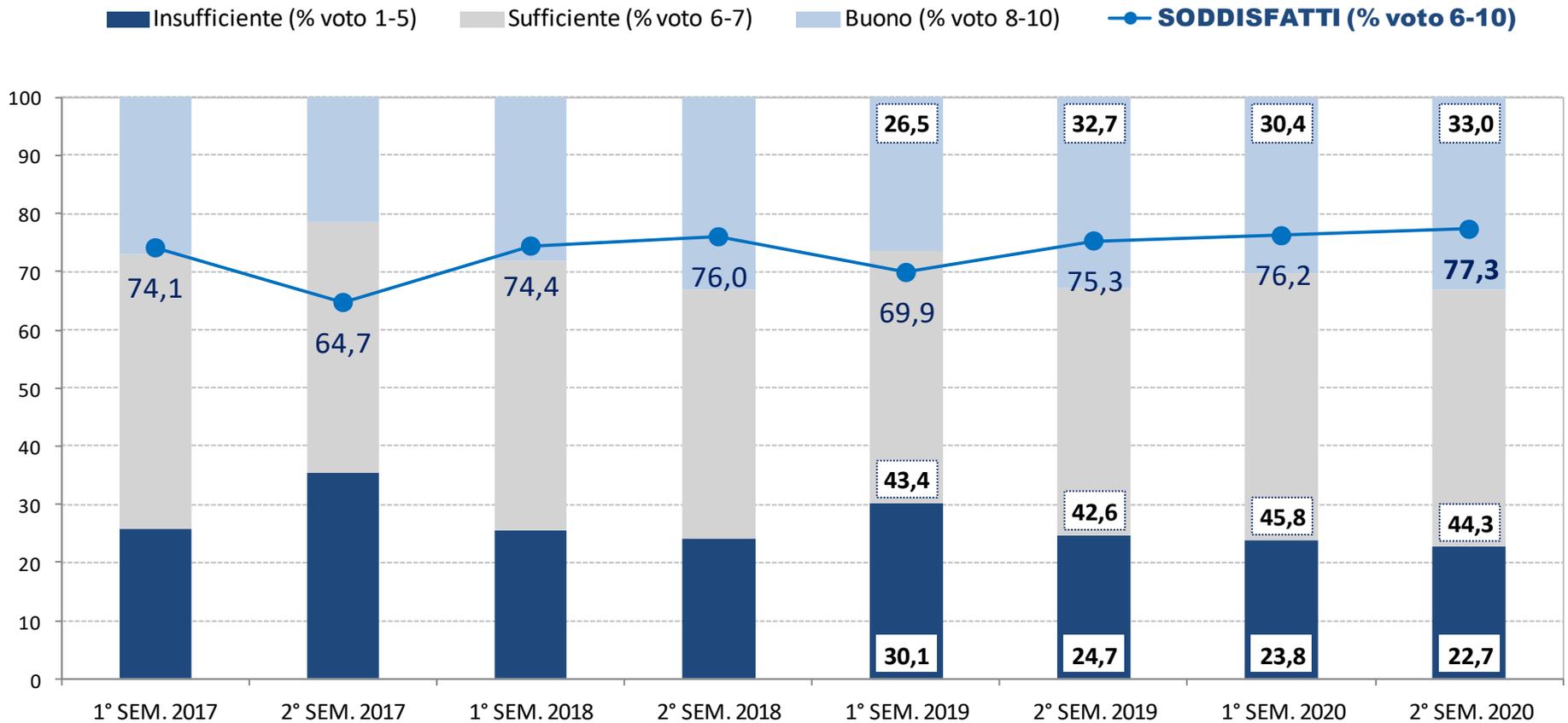
IMPORTANZA (% di citazione)



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



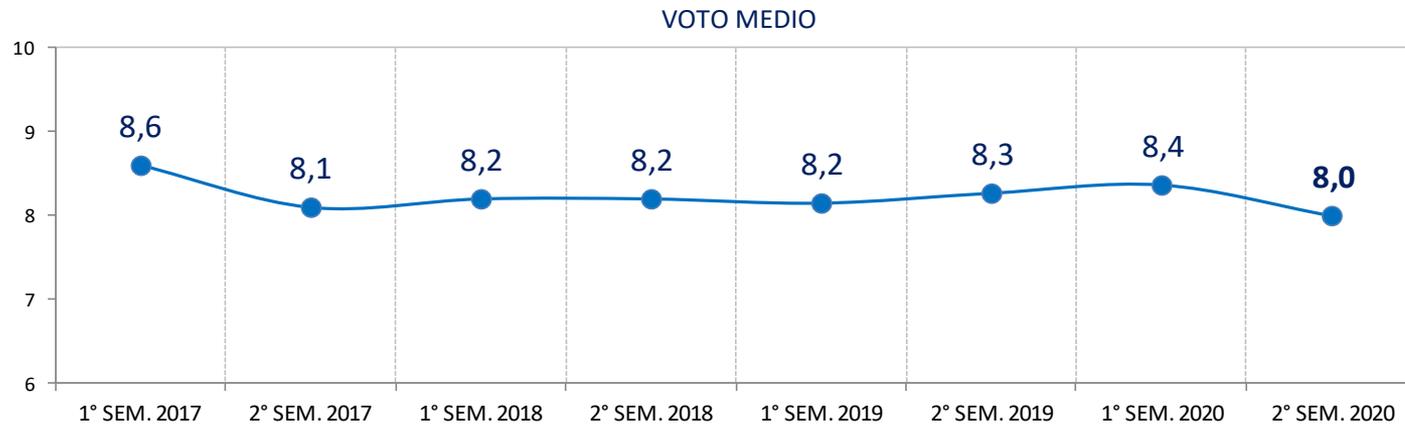
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



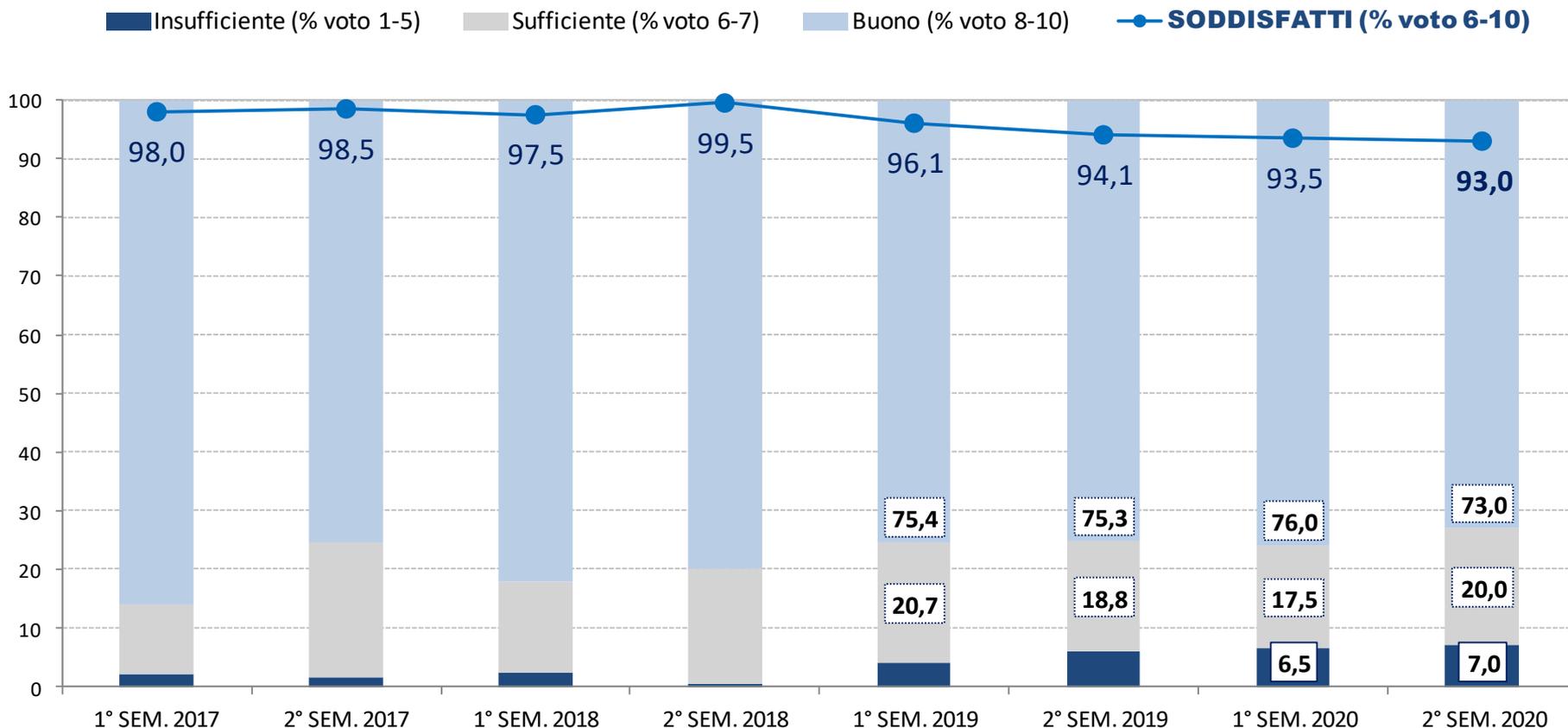
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Nell'**84,7%** delle segnalazioni guasto, la società è intervenuta per ripristinare il servizio  
[87,2%, 1° SEM. 2020]



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

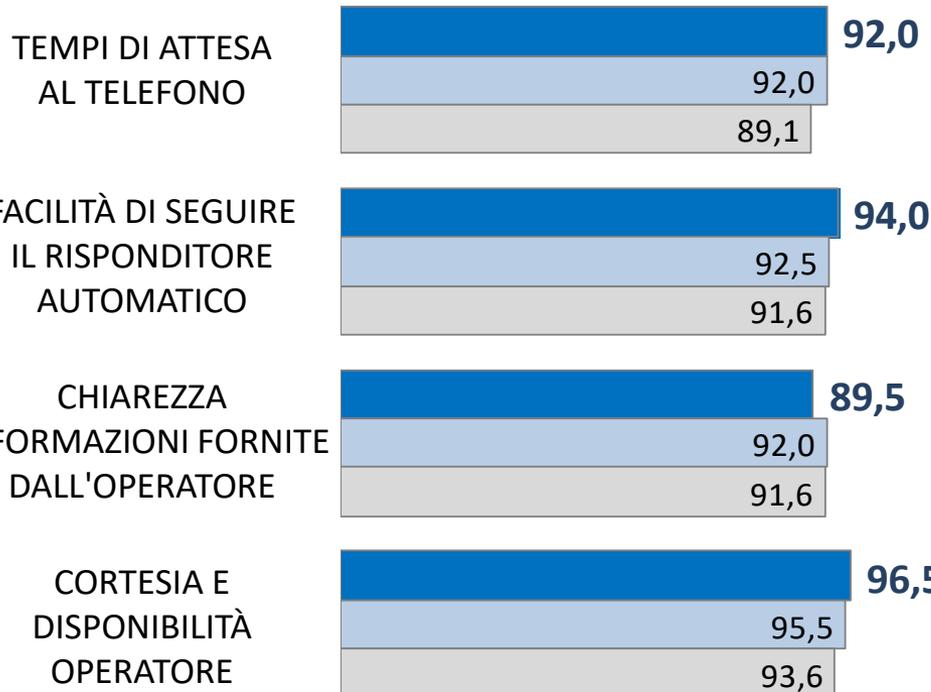


“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

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

**VOTO MEDIO**



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

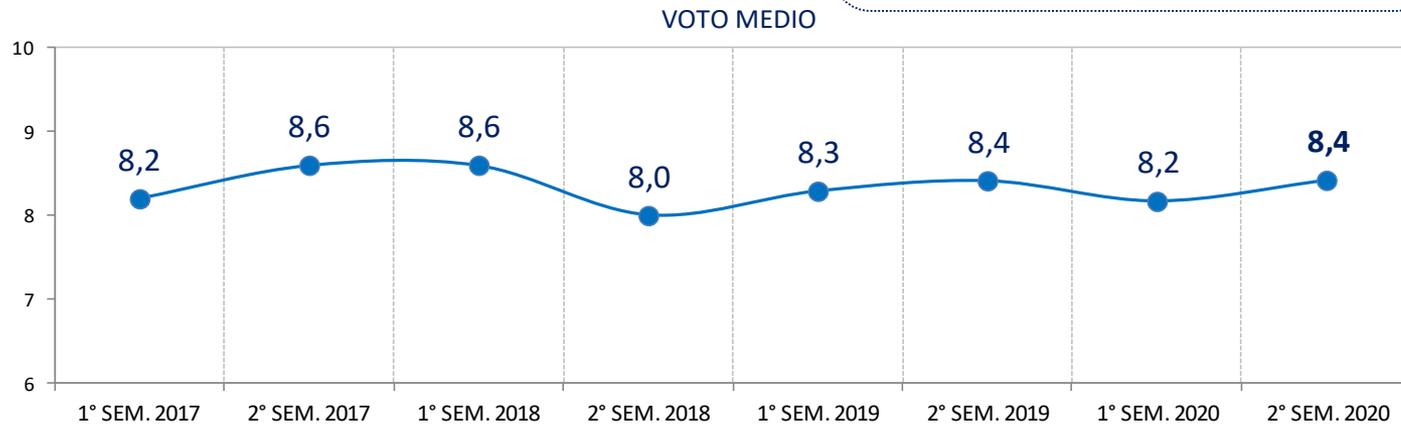
**IMPORTANZA** (% di citazione)



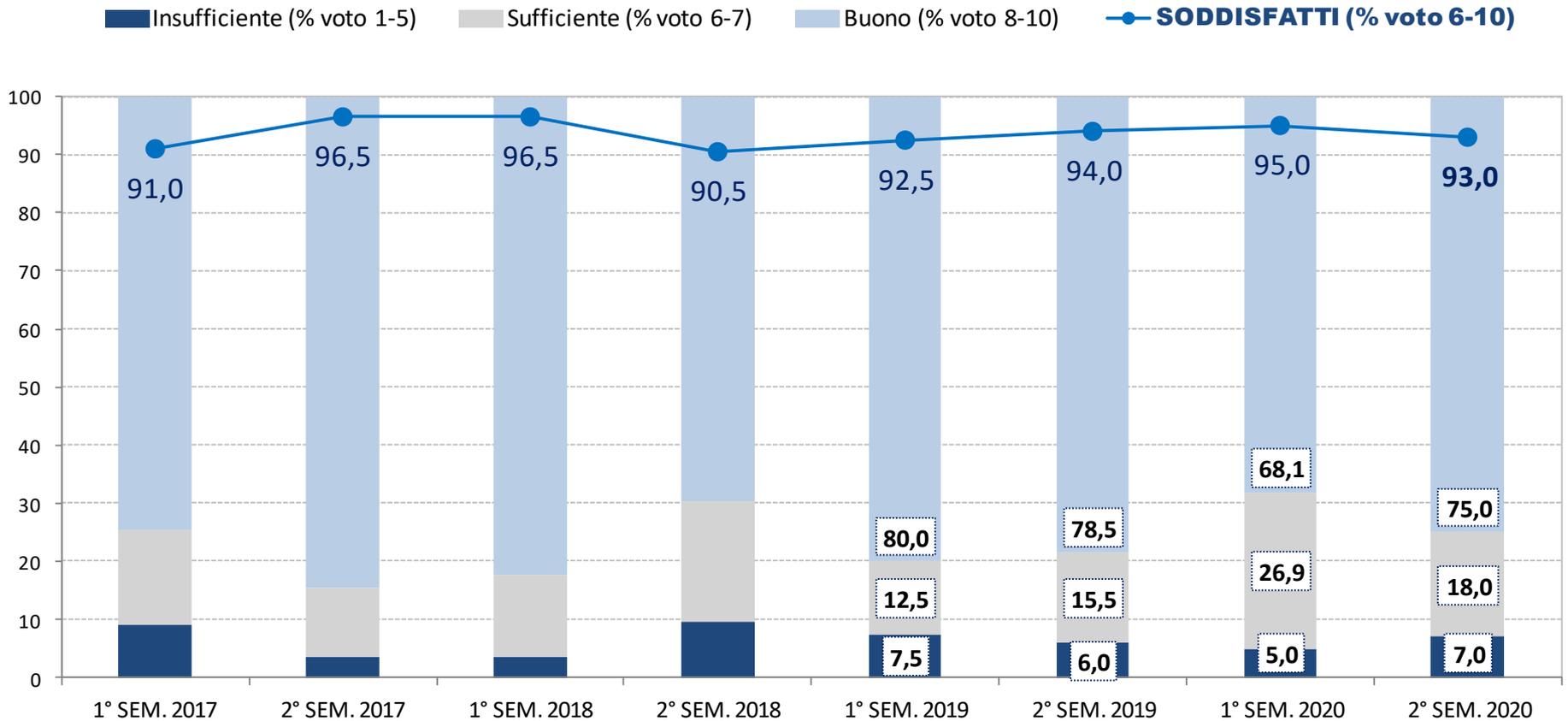
“Considerando complessivamente l’intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



**Il 98,5% del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l’intervento tecnico**  
[98,5%, 1° SEM. 2020]



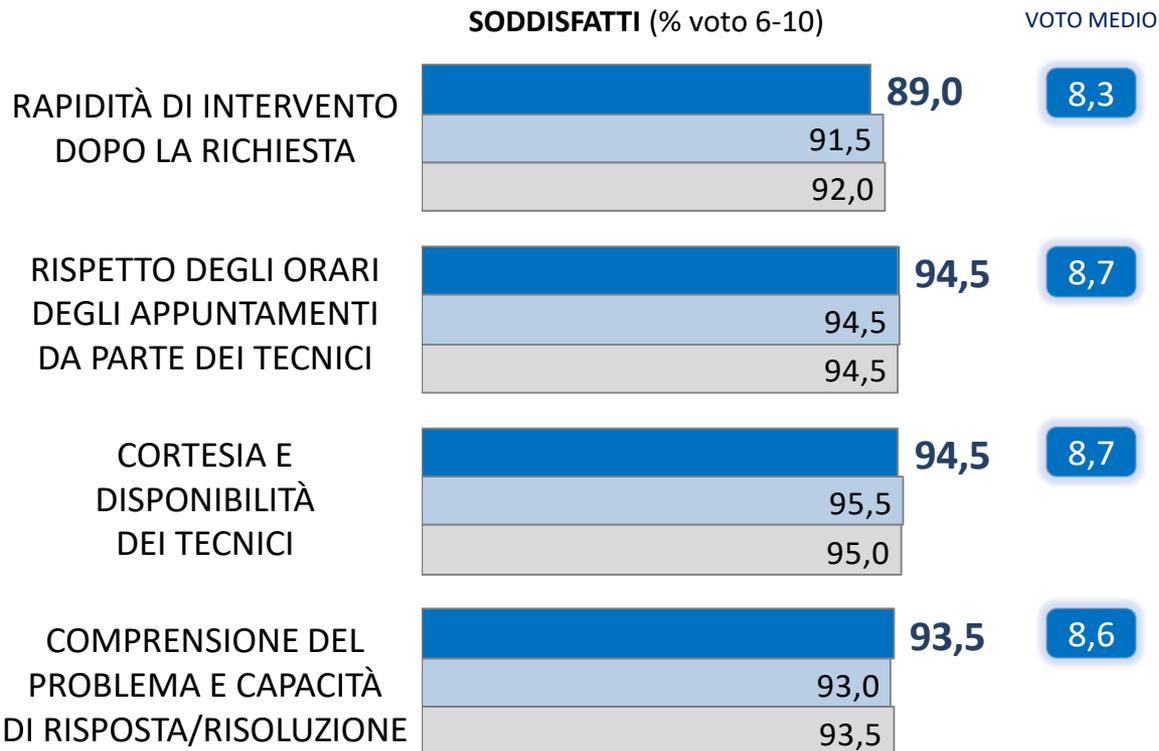
“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

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

■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

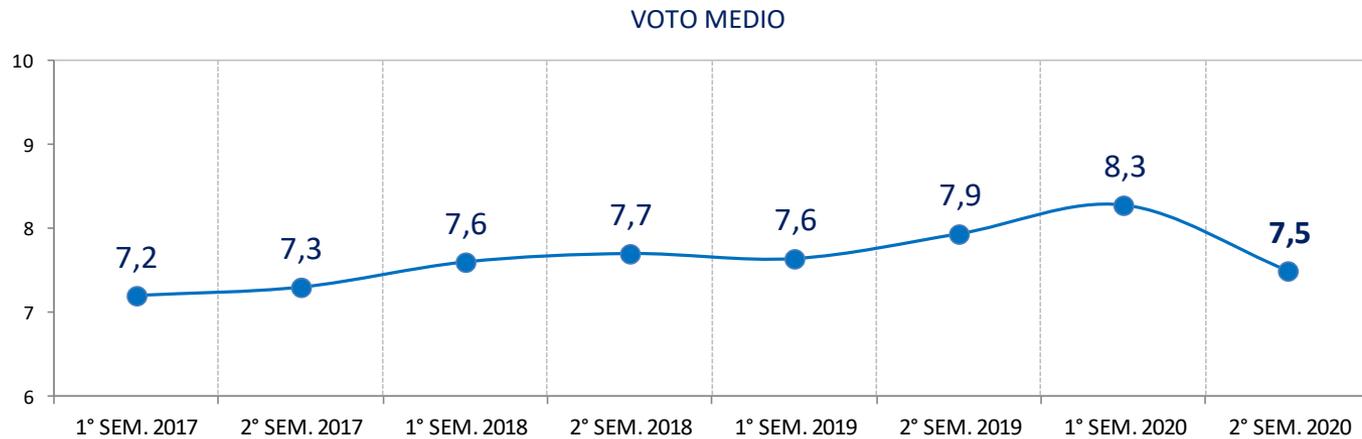
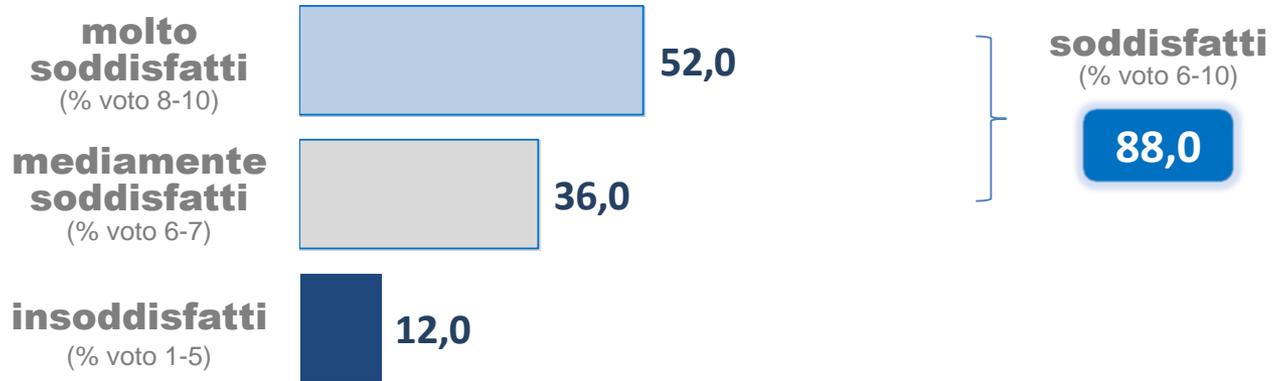


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)



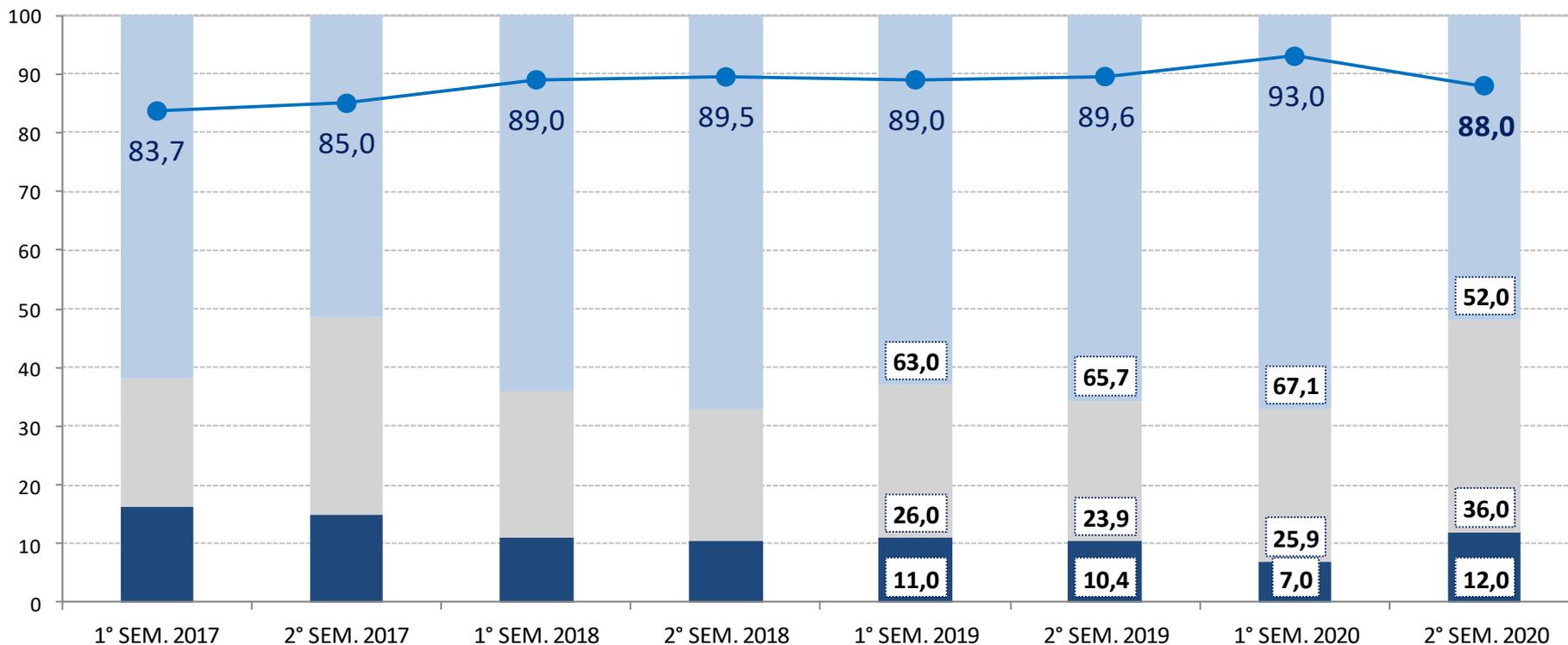
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



# Numero Verde Commerciale

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, 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)**



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

■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

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

**VOTO MEDIO**

**IMPORTANZA** (% di citazione)

FACILITÀ DI SEGUIRE  
IL RISPONDITORE  
AUTOMATICO



7,4

19,0

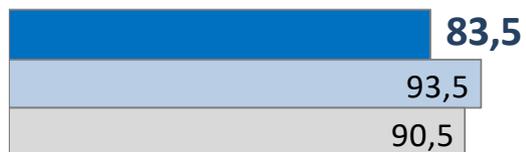
TEMPI DI ATTESA



7,4

18,0

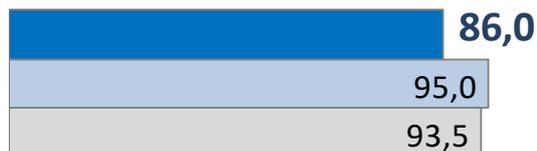
COMPETENZA  
DELL'OPERATORE



7,6

46,0

CORTESIA E DISPONIBILITÀ  
DELL'OPERATORE



7,7

41,0

CHIAREZZA INFORMAZIONI  
FORNITE DALL'OPERATORE

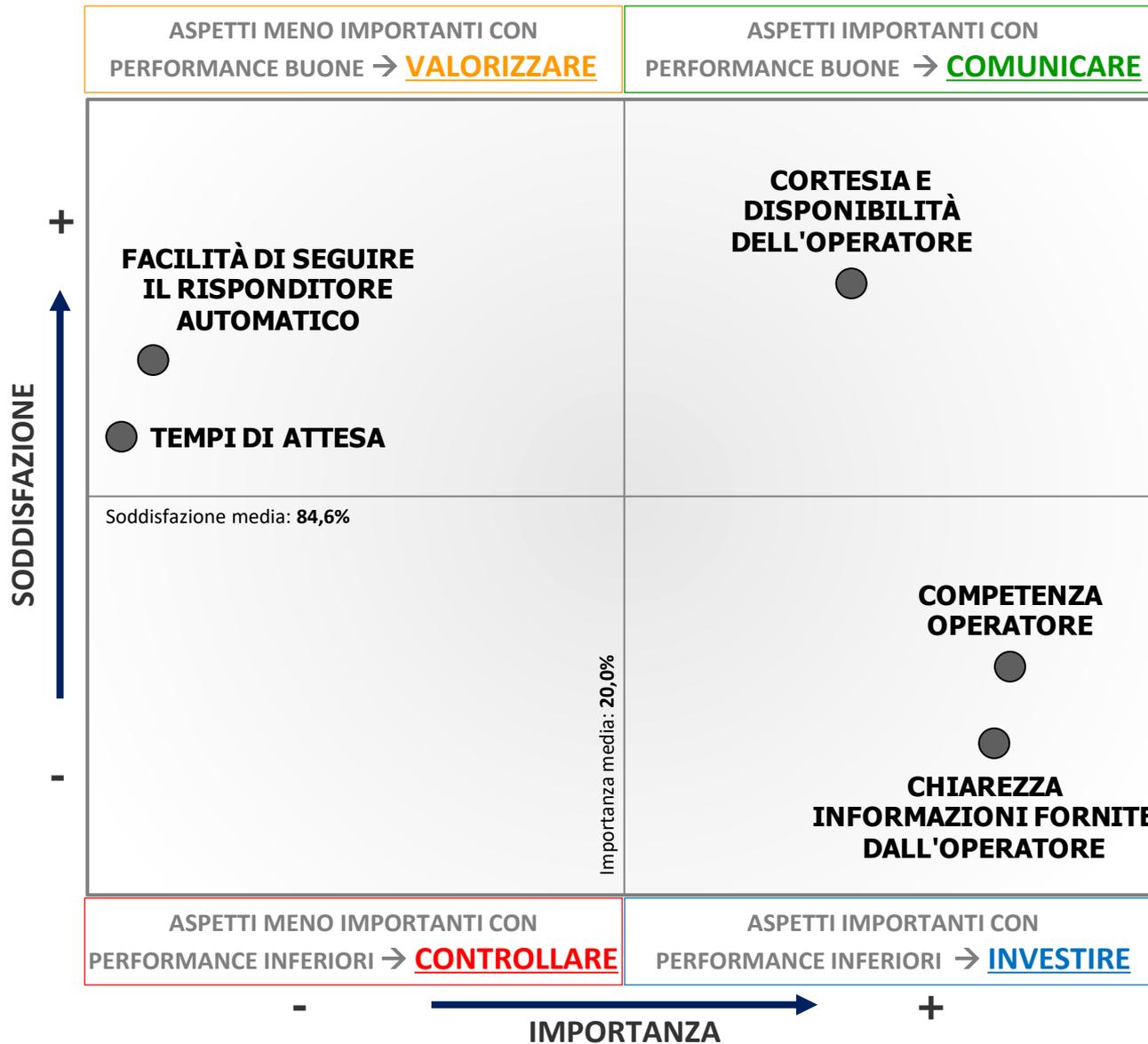


7,6

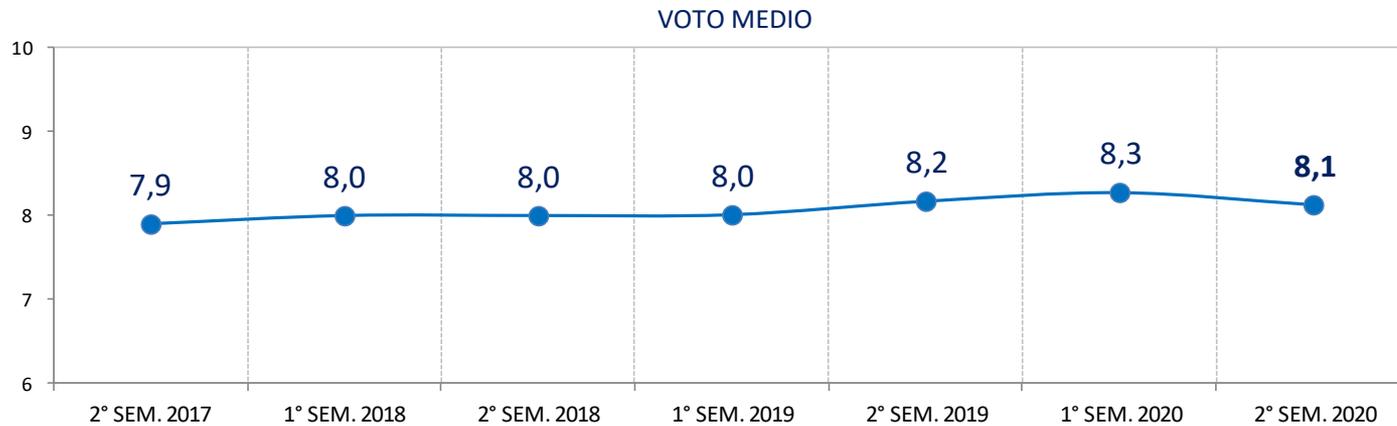
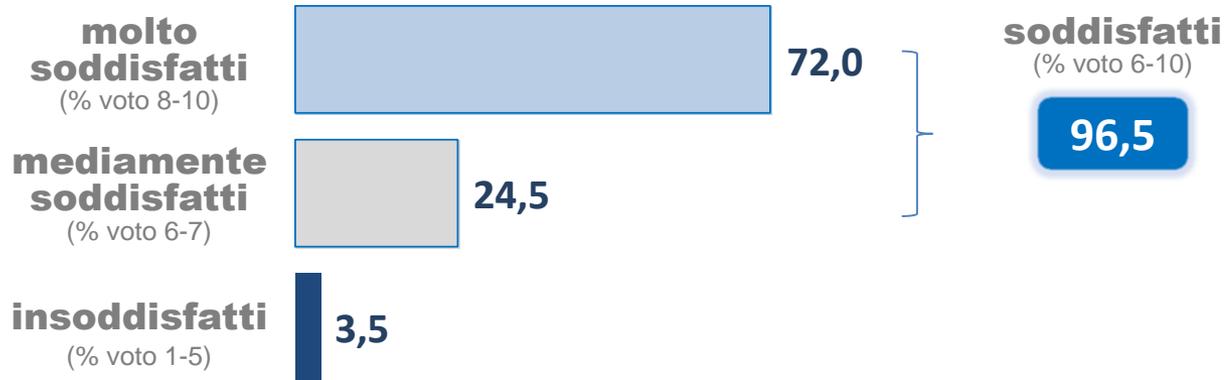
45,5



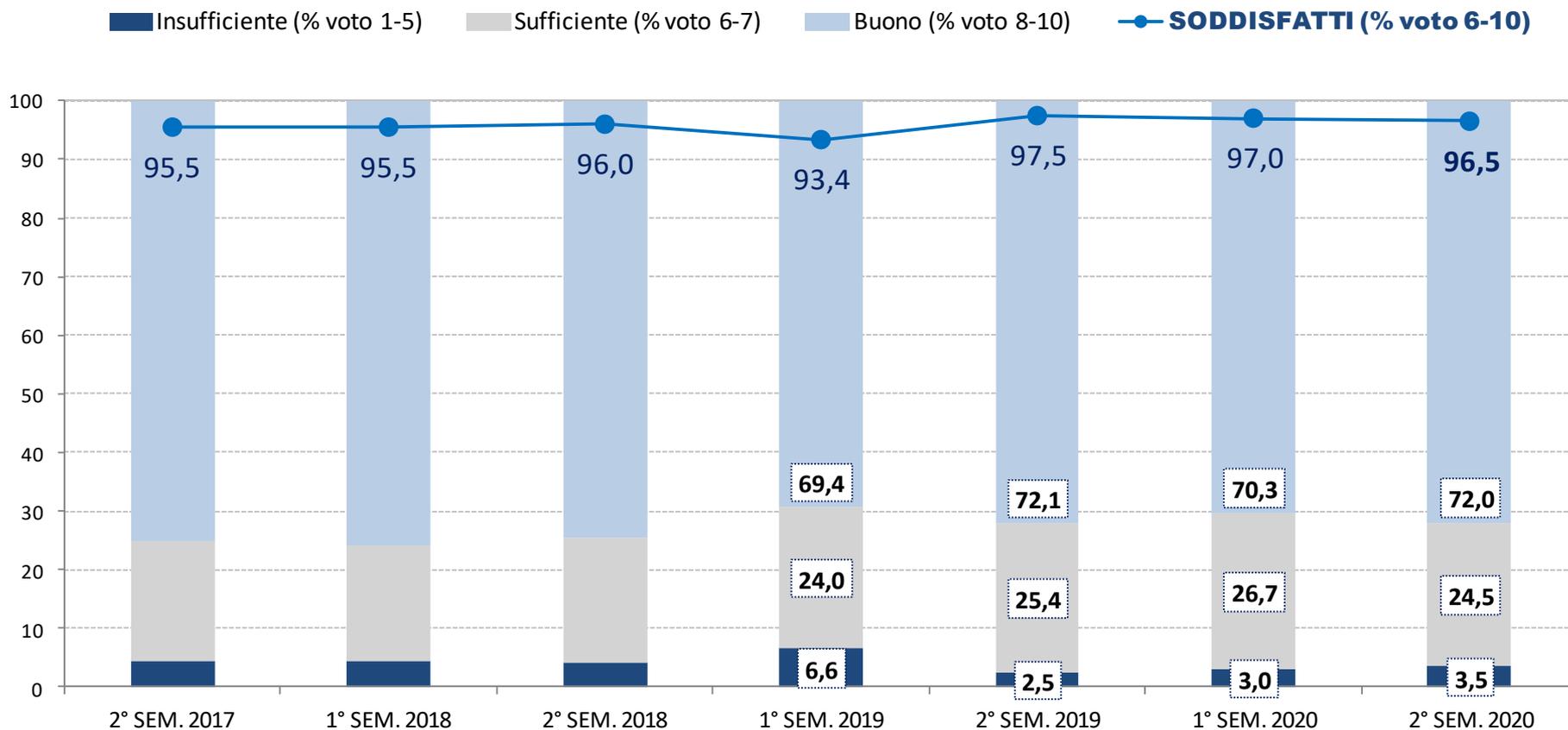
# Punti di forza e priorità di intervento



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

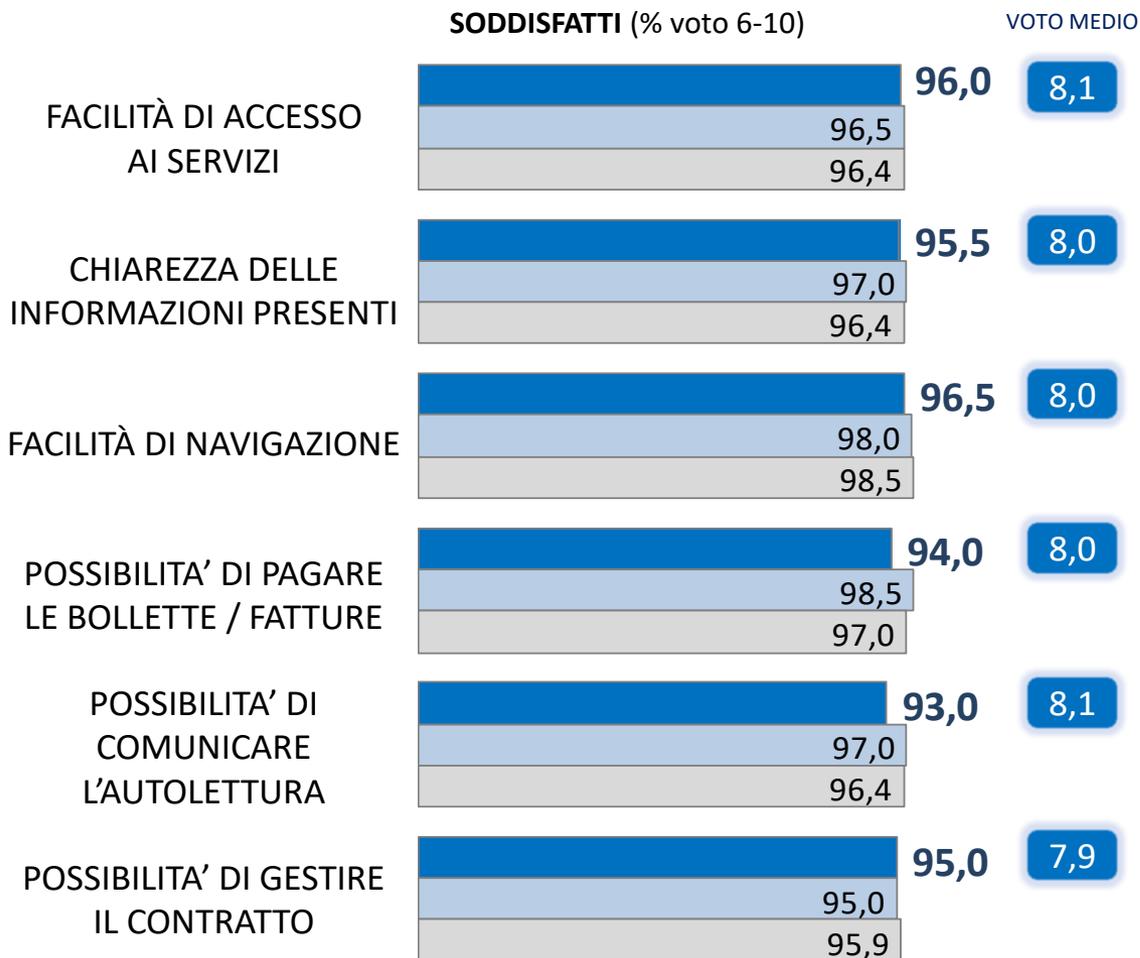


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso lo sportello online che voto dà ad AdF?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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

■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

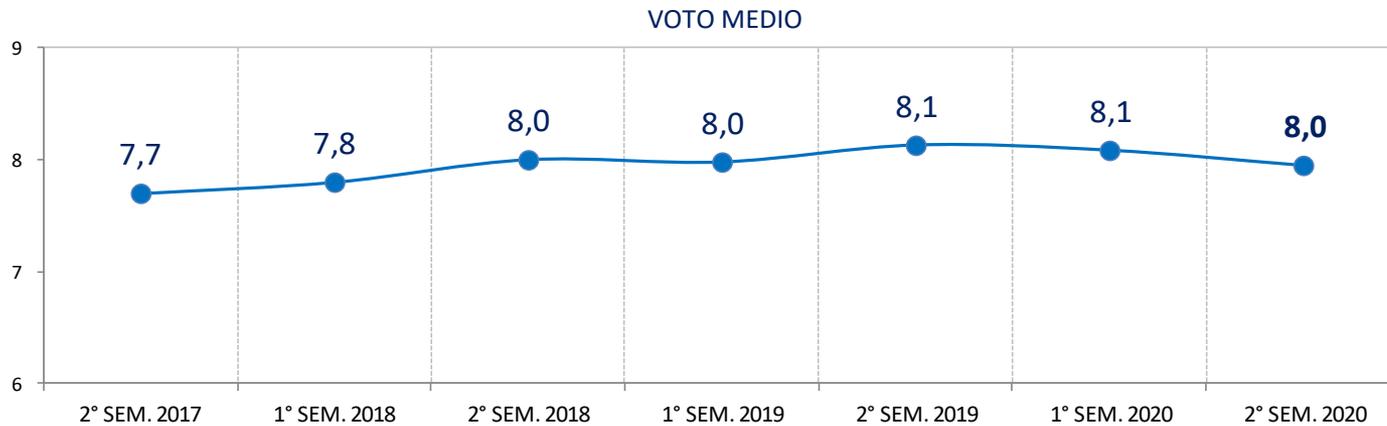
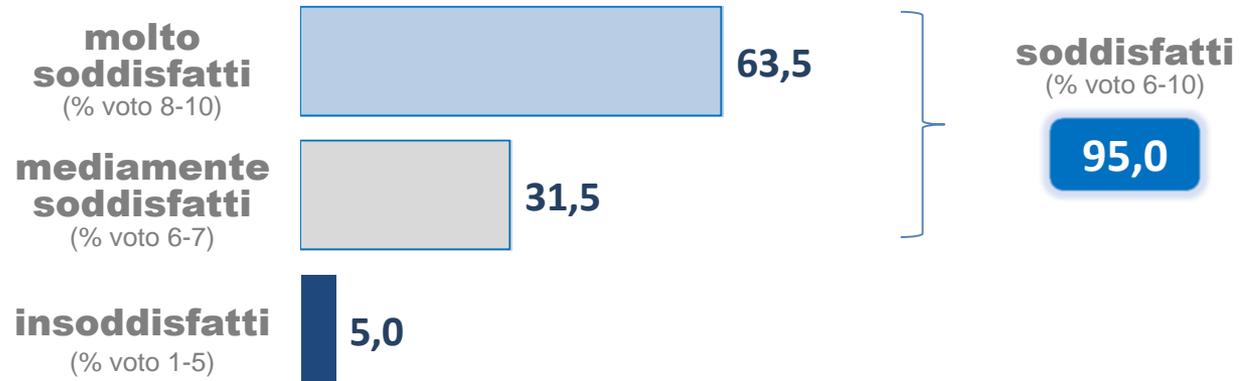


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 3 risposte)

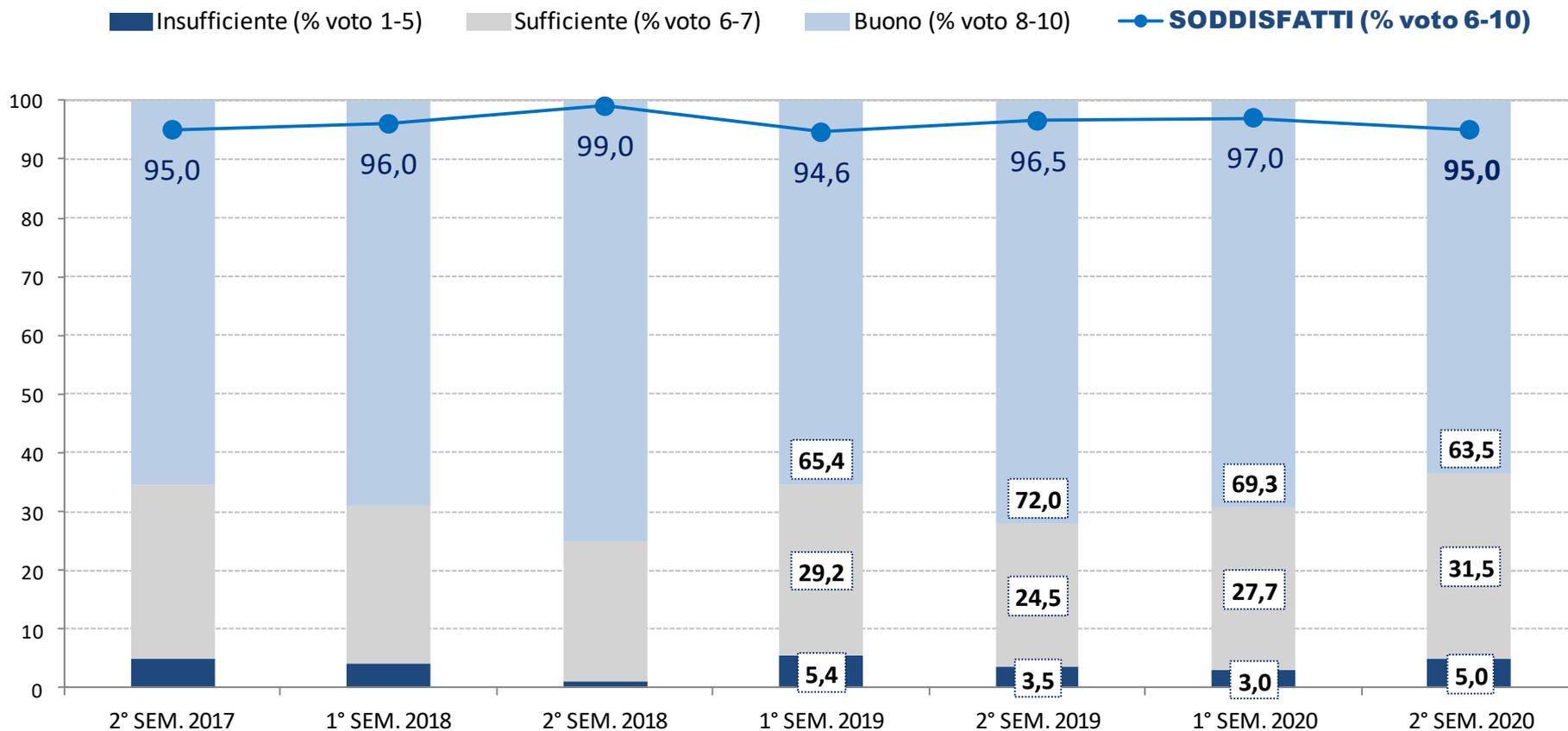
**IMPORTANZA** (% di citazione)



“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]

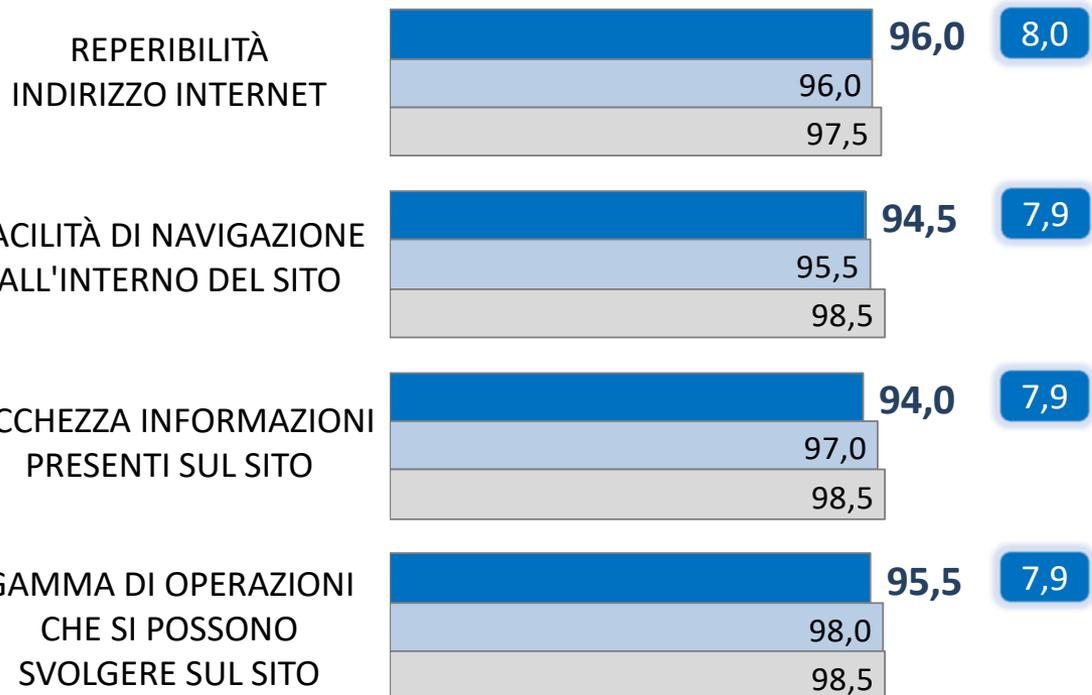


“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

■ 2° SEM. 2020 ■ 1° SEM. 2020 ■ 2° SEM. 2019

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

**VOTO MEDIO**



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

**IMPORTANZA** (% di citazione)

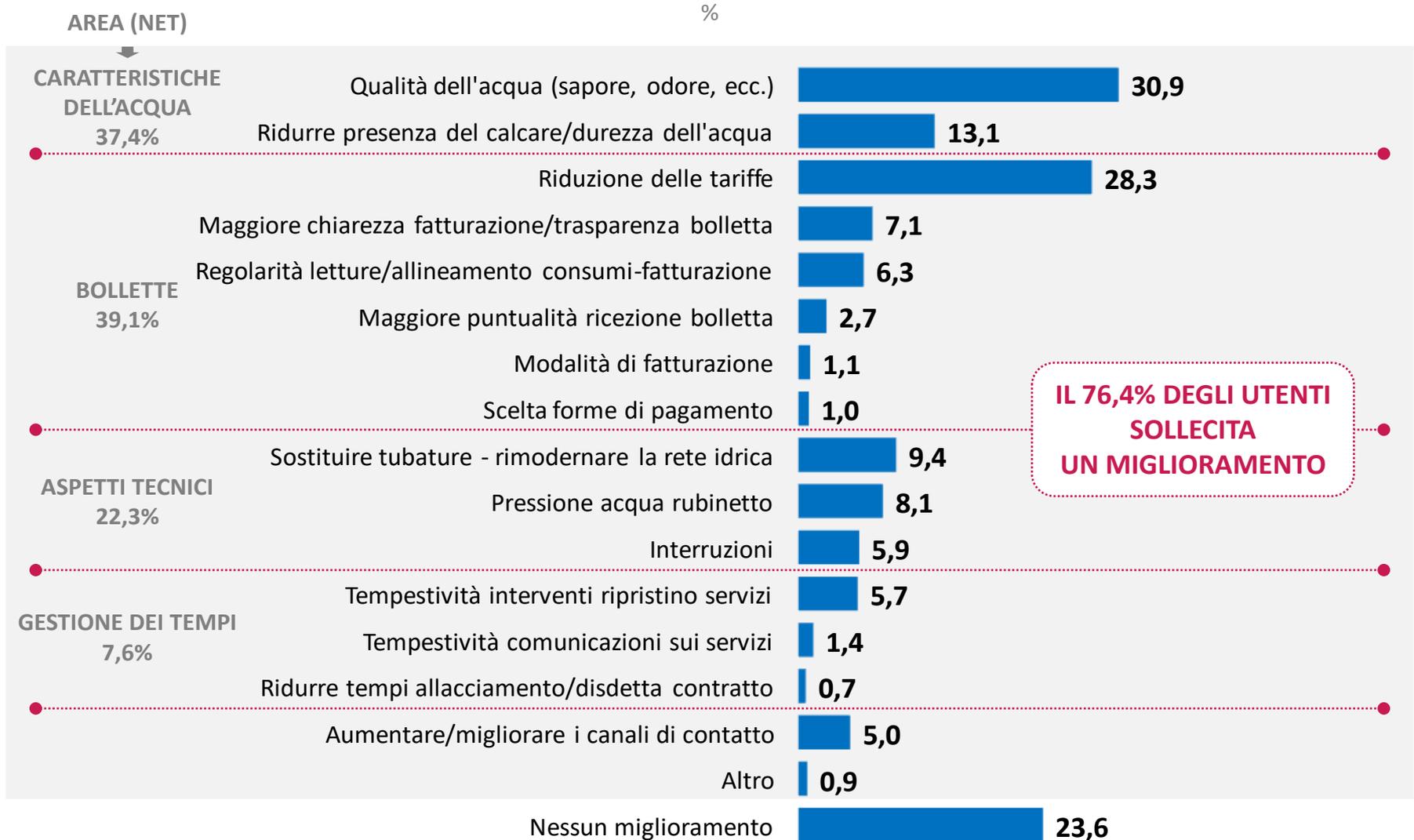


# Sezione Open: altri temi

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



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



### Dove ha reperito il NV?

BOLLETTA



82,0%

SITO INTERNET



13,5%

Linea subito libera 72,5%

### Tentativi per soddisfare la richiesta

1<sup>a</sup> chiamata **81,5%**

chiamata successiva **16,0%**

altro canale contattato **9,5%**

*“Non riesco ad accedere al servizio”  
“Problema irrisolto – persistenza”  
“Lunga attesa senza poter parlare con nessuno”*



*Il 42,1% ha tentato di risolvere il problema tramite lo sportello*

### Principali motivi di chiamata

- Informazioni su bollette 33,0%
- Richiesta/variazione nuovo contratto/disdetta 16,5%
- Rateizzazione 13,5%
- Comunicazione autolettura 9,0%
- Mancata ricezione della bolletta 7,0%

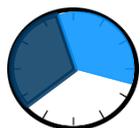
### Informazioni coerenti nei diversi contatti



**42 RISPOSTE**

- del tutto 11,9%
- abbastanza 33,3%

### Durata della chiamata



- tra 2' e 5' 62,5%
- tra 5' e 10' 20,5%



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



Non risolve, perché...



*“Rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”  
“Devo andare di persona all’ufficio competente”*

## Dove ha reperito l'indirizzo?

BOLLETTA



55,0%

SITO INTERNET



24,0%



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **81,0%**



Alcune funzionalità sono carenti **8,0%**



*“Problemi nel registrare l'autolettura”  
“Pratiche avviate non andate a buon fine/senza esito”*

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 48,0%

## Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 49,0%
- Gestione del contratto 30,5%
- Pagamento della bolletta/fattura 21,5%
- Richieste di duplicati fatture / bolletta web /cartacea 15,0%
- Visualizzazione estratto conto 8,0%



**Il 4,0% 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”*

**25,5% ha utilizzato altri canali, quali...**

**Informazioni coerenti nei diversi contatti**

- del tutto 51,0%  **51 RISPOSTE**
- abbastanza 39,2%



**82,4%**

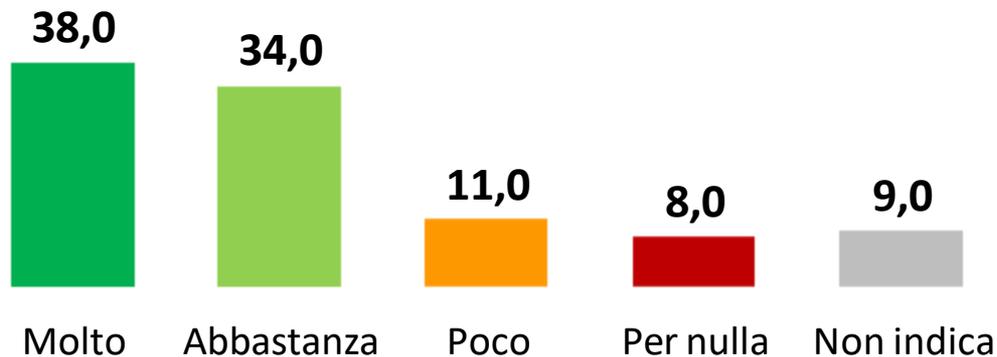


“Lei sa che esiste l’applicazione MyFiora scaricabile gratuitamente sullo smartphone/tablet dove è possibile effettuare le stesse operazioni dello sportello online?”

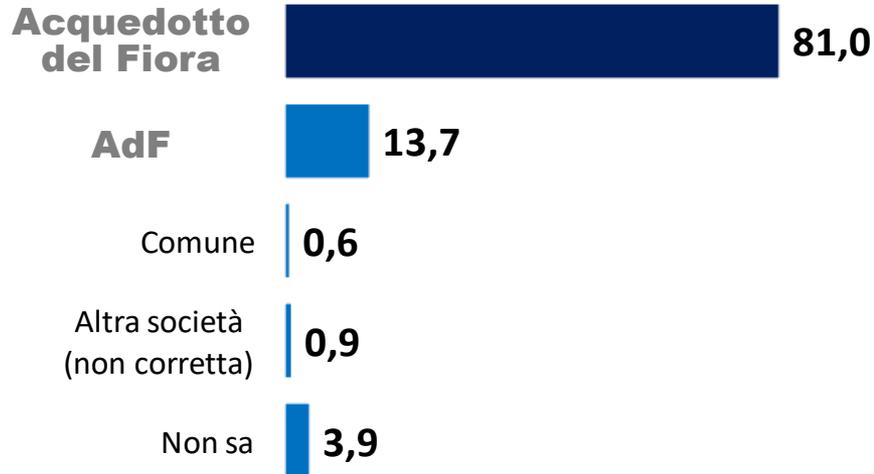


Al **58,7%** è capitato di utilizzare l’App MyFiora dal proprio smartphone/tablet

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



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



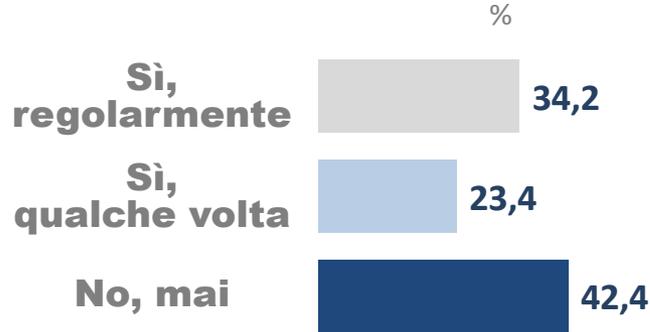
**Il 66,6% del campione sa che AdF gestisce anche il servizio di fognatura e depurazione**

[70,9%, 1° SEM. 2020]

# Utilizzo dell'acqua potabile

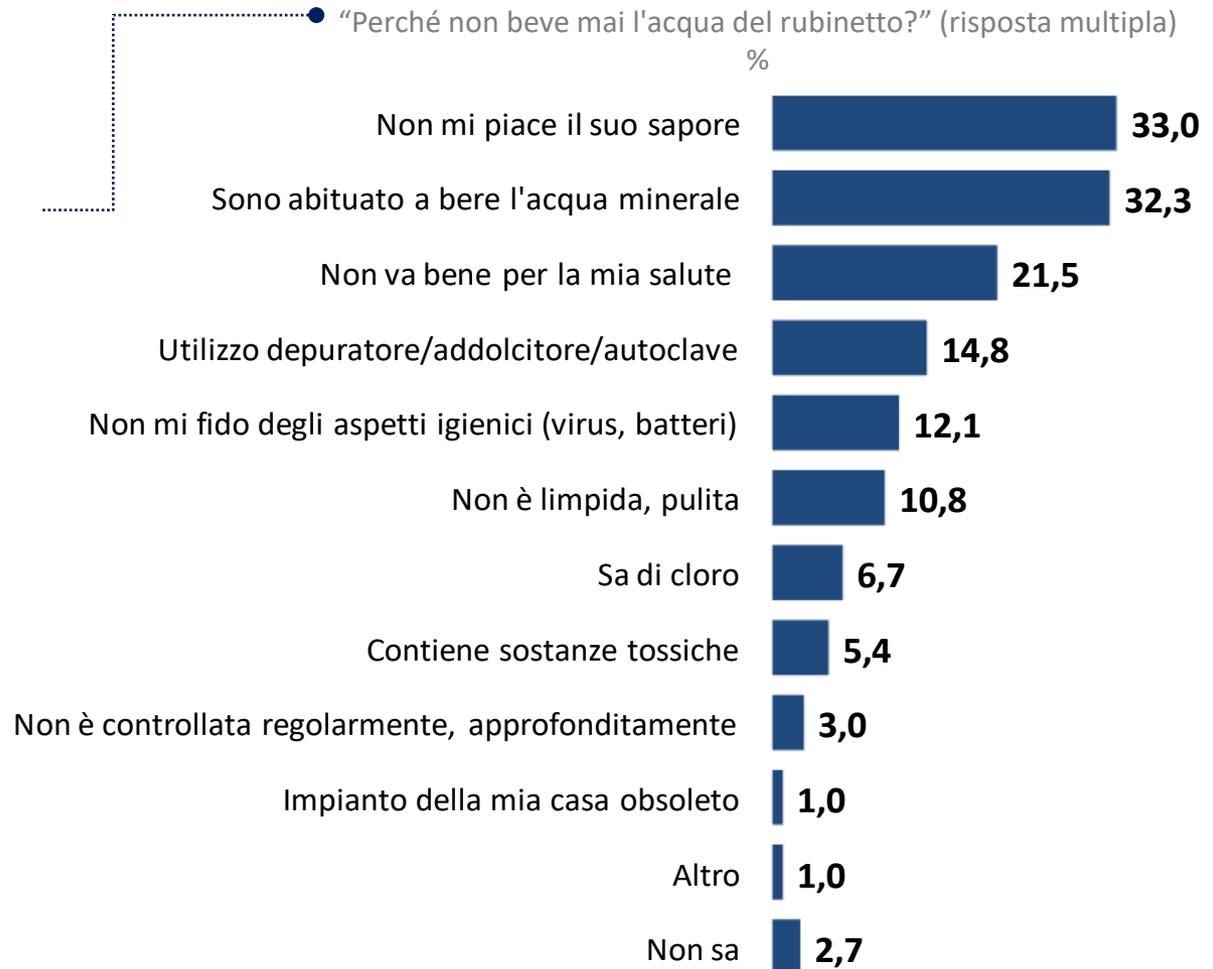


“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”



Il **65,7%** del campione sa che l'acqua erogata dal pubblico acquedotto è regolarmente controllata dall'azienda sanitaria locale

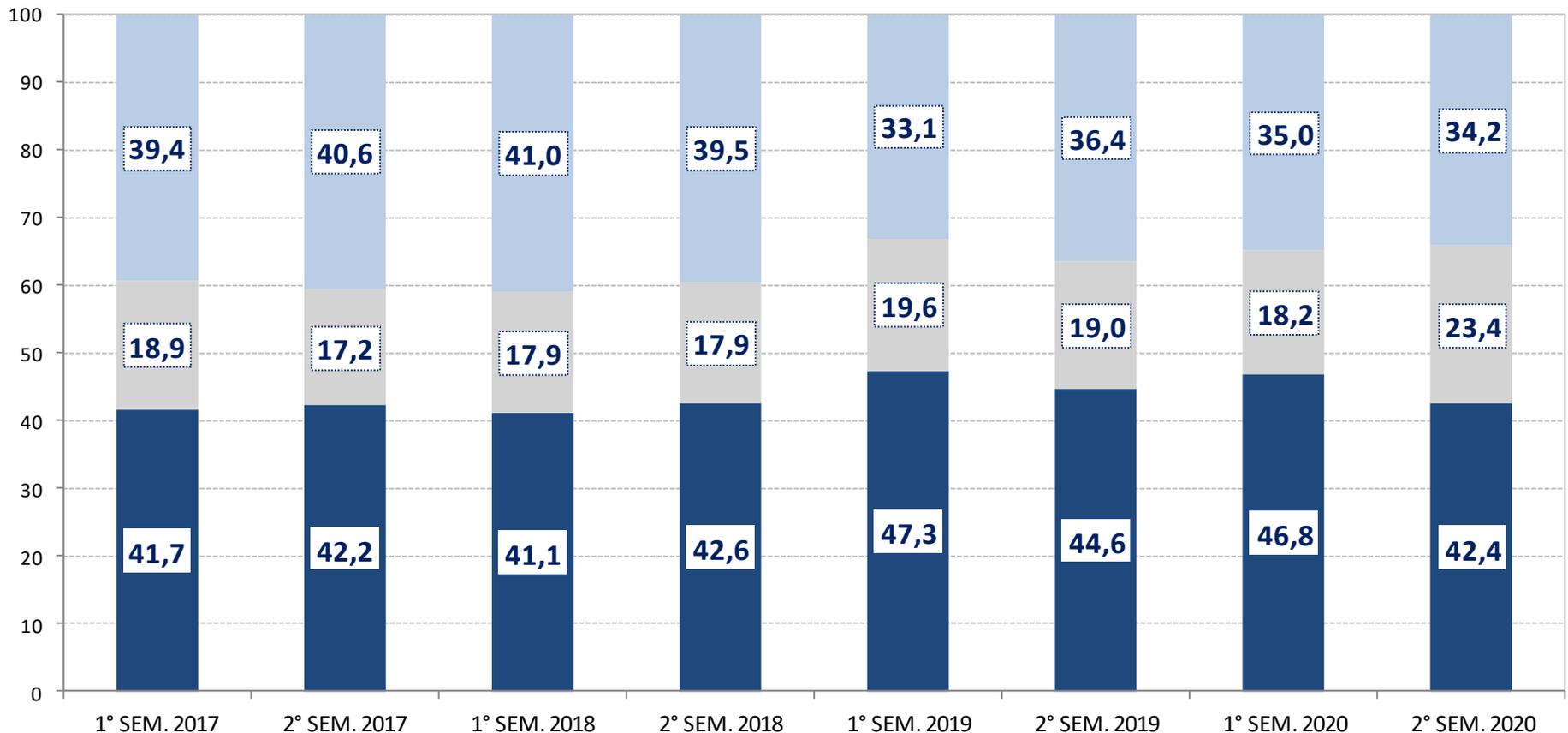
[72,8%, 1° SEM. 2020]





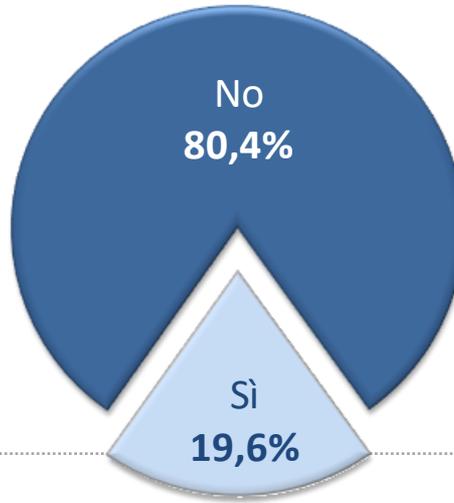
“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”  
%

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

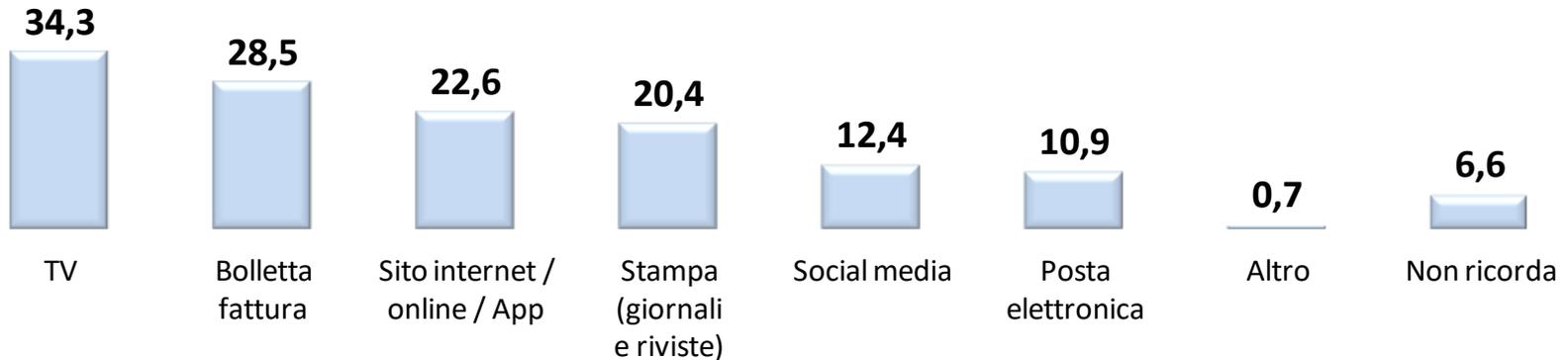


Base = UTENZE DOMESTICHE DIRETTE

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

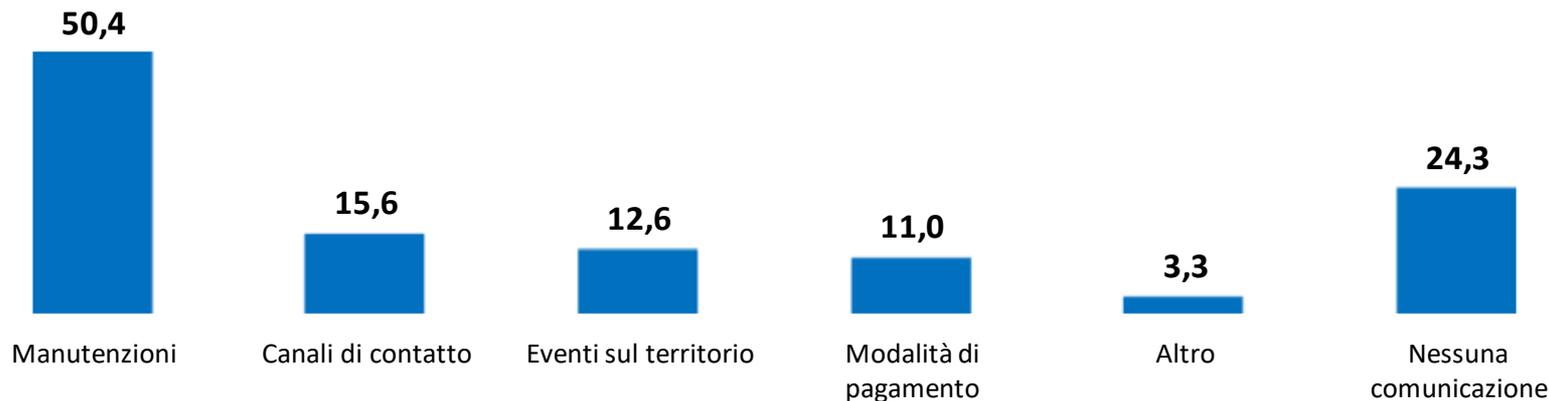


“Dove ha visto queste comunicazioni?” (risposta multipla)  
%

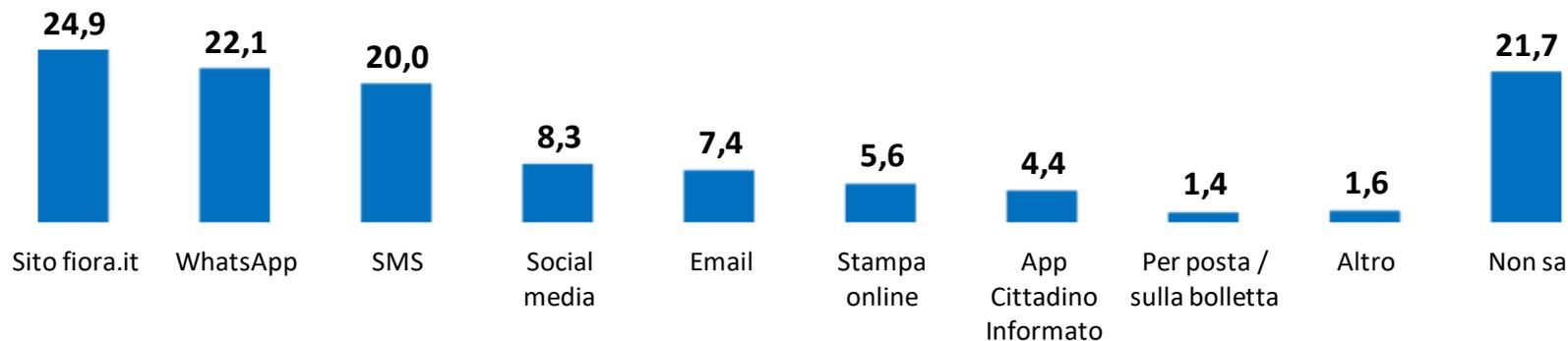


# Temi e canali di comunicazione

“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

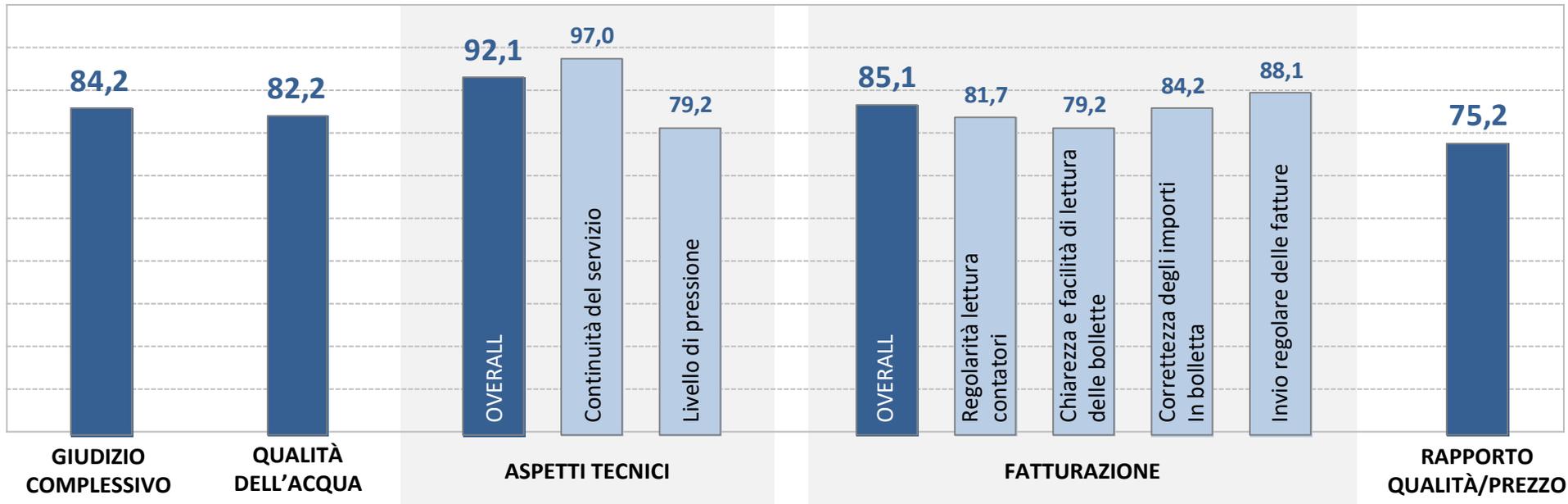
Campione di 100 utenti AdF intervistati tramite questionario online

## PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO

SESSO	UOMO	62,4%
	DONNA	37,6%
ETÀ	18-44 ANNI	16,0%
	45-54 ANNI	32,0%
	55 + ANNI	52,0%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE	81,3%
	INFERIORE	18,8%



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  
via Sardegna, 39  
20144 Milano  
06 89924900

