

Indagine di Customer Satisfaction

2° semestre 2022

report



realizzata da



Funzione Segreteria del
Consiglio di Amministrazione -
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
💧 Area Clienti My Fiora	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
💧 Area Clienti My Fiora	51
💧 App My Fiora	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 **secondo 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 luglio 2022 a gennaio 2023 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 all'Area Clienti My Fiora**, 200 in modalità CATI e 100 CAWI (**call back Area Clienti My Fiora**)
- *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate CATI sul campione generale di 900 casi è pari a +/- 3,27 punti percentuali, al 95% di probabilità.*

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

L'elenco delle utenze è stato fornito da AdF.



AREA CLIENTI domestici	CAMPIONE n° interviste	% AREA
AREA COSTA	373	41,4
AREA MONTANA	186	20,7
AREA SENESE	341	37,9

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

Profilo utenza e utilizzatori dei canali



%

**UTENZA
GENERALE**

**SEGNALAZIONE
GUASTI**

**INTERVENTO
TECNICO**

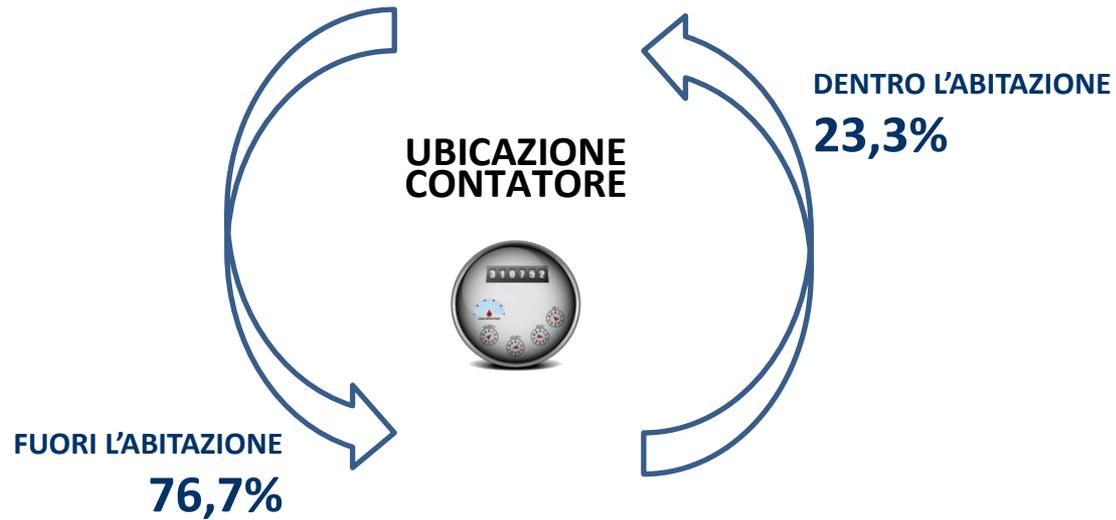
**NUMERO VERDE
COMMERCIALE**

SPORTELLO

**AREA CLIENTI
MY FIORA**

UOMO	52,8	57,0	54,0	50,5	58,0	59,7
DONNA	47,2	43,0	46,0	49,5	42,0	40,3
18-34 ANNI	2,4	2,6	8,1	8,8	9,7	9,4
35-44 ANNI	11,1	14,4	20,3	16,6	24,0	27,5
45-54 ANNI	20,3	28,2	27,4	27,5	27,6	32,2
55-64 ANNI	21,3	28,7	16,8	13,0	17,9	14,4
65 + ANNI	44,8	26,2	27,4	34,2	20,9	16,4
ISTRUZIONE SUPERIORE	60,8	74,6	77,4	77,6	77,5	92,5
ISTRUZIONE INFERIORE	39,2	25,4	22,6	22,4	22,5	7,5
LAVORATORE DIPENDENTE	35,5	49,2	49,5	35,8	47,5	60,1
LAVORATORE AUTONOMO	11,6	14,5	16,1	19,2	19,5	18,1
DISOCCUPATO – IN CERCA	0,6	0,5	0,5	0,5	4,5	0,7
PENSIONATO	42,0	28,0	22,9	29,0	19,5	17,7
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	10,3	7,8	10,9	15,5	9,0	3,4

UBICAZIONE IMMOBILE



→ CSI PARZIALI

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

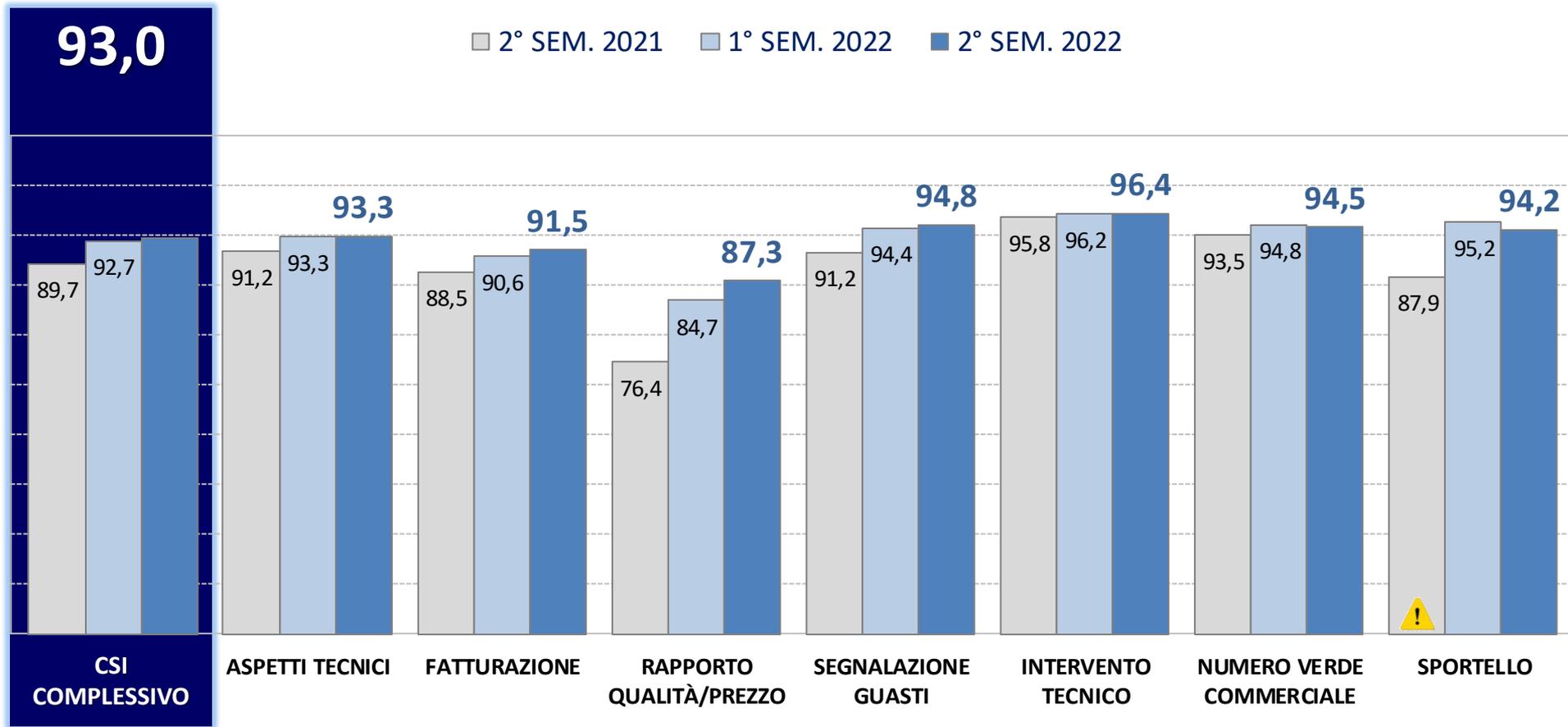
→ CSI COMPLESSIVO

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

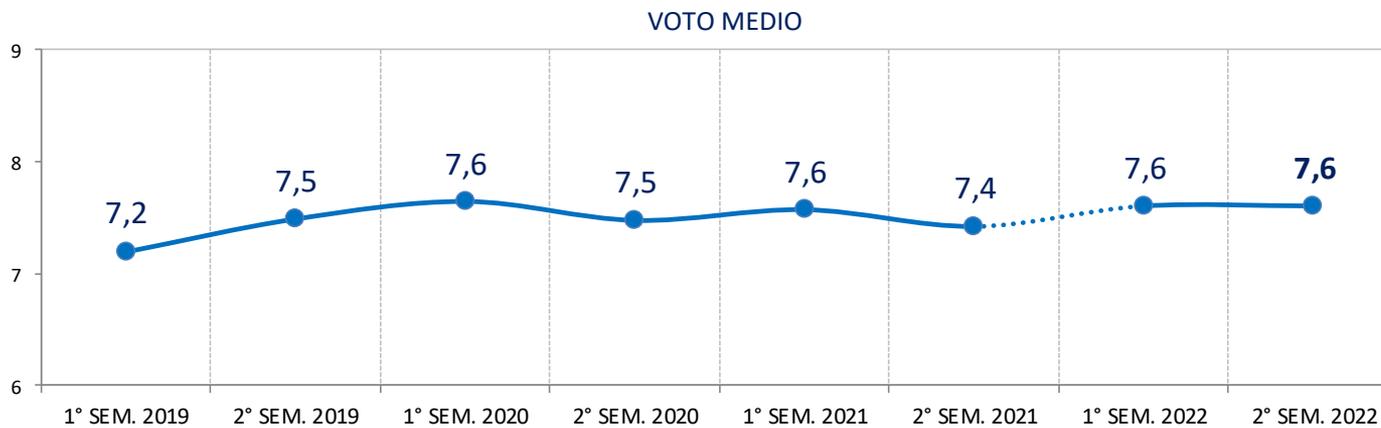
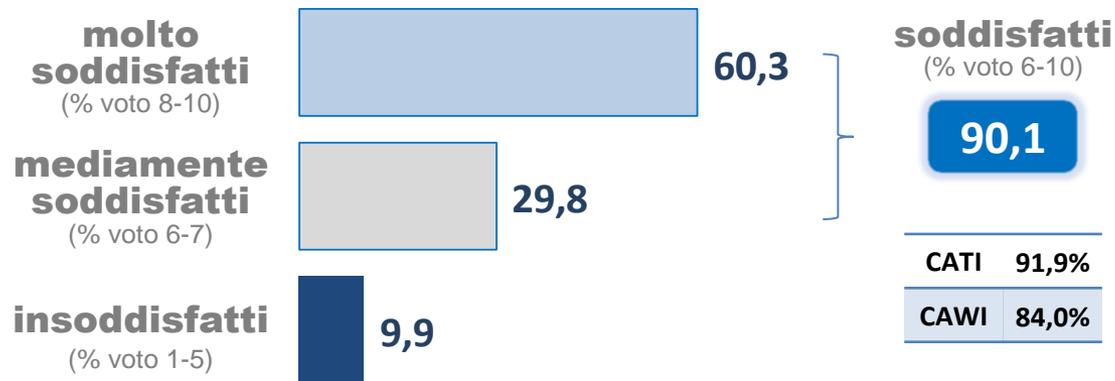
L'indagine di Customer Satisfaction prevede **due livelli di misurazione della soddisfazione**:

- **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

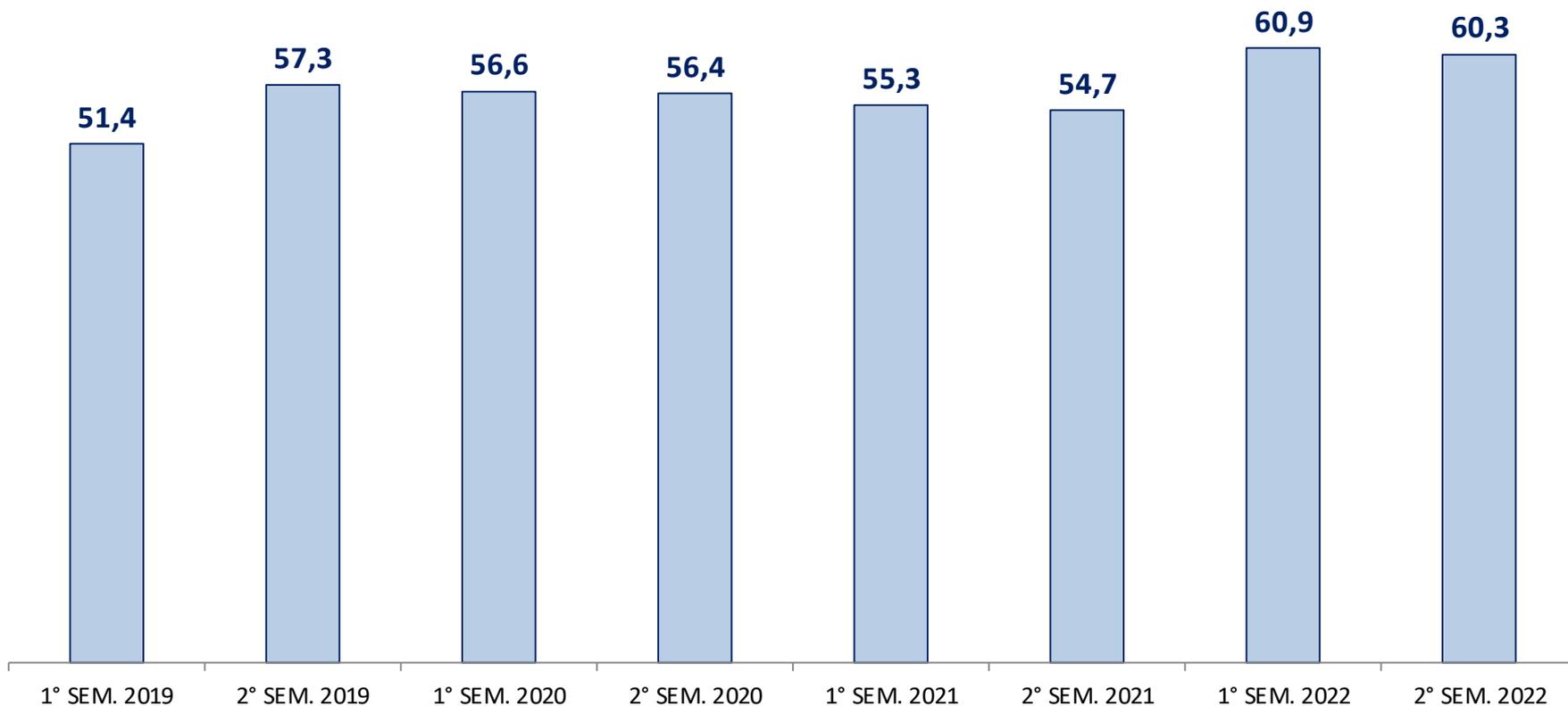
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



CATI	7,7
CAWI	7,3

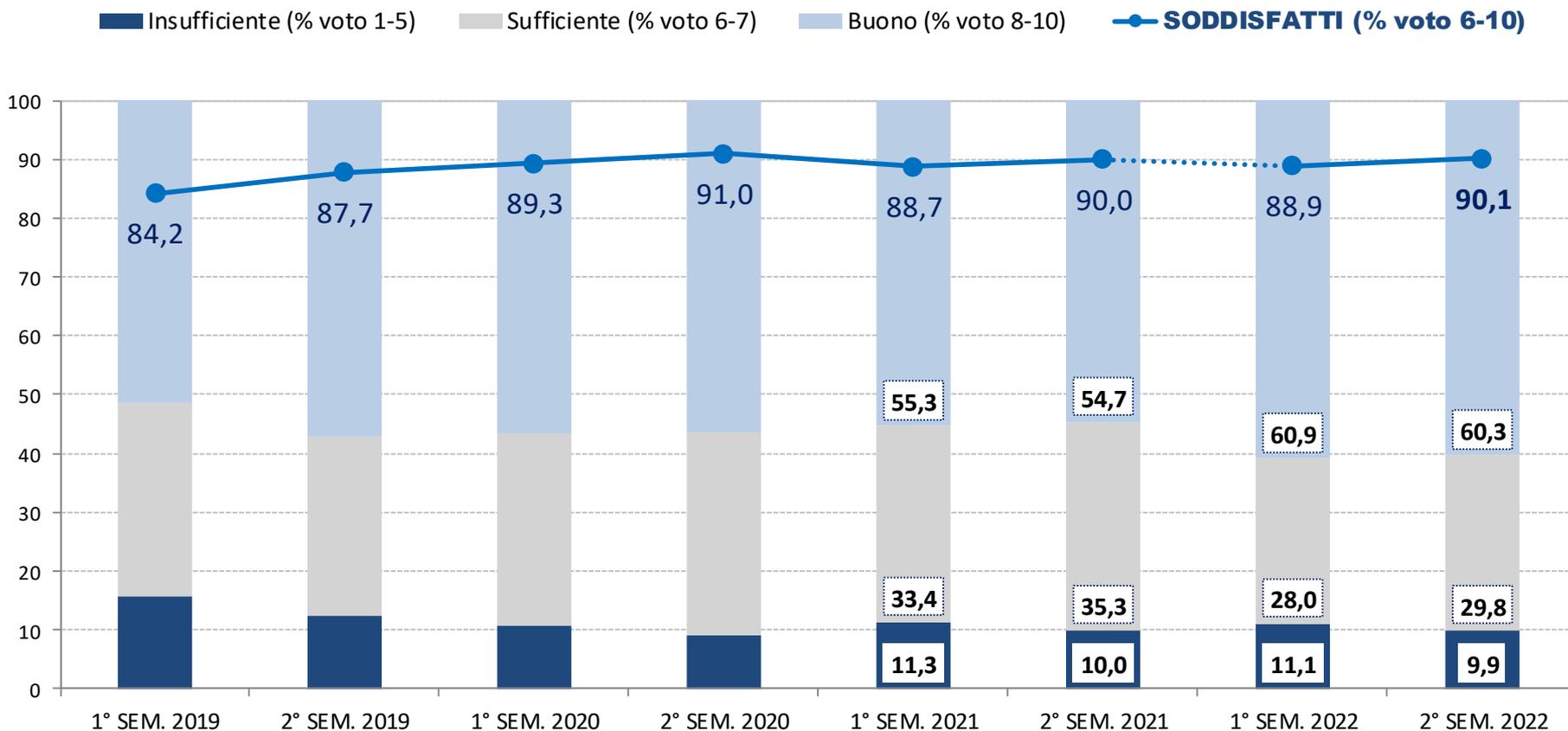
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

molto soddisfatti (% voto 8-10)



Giudizio “di pancia” sul servizio idrico

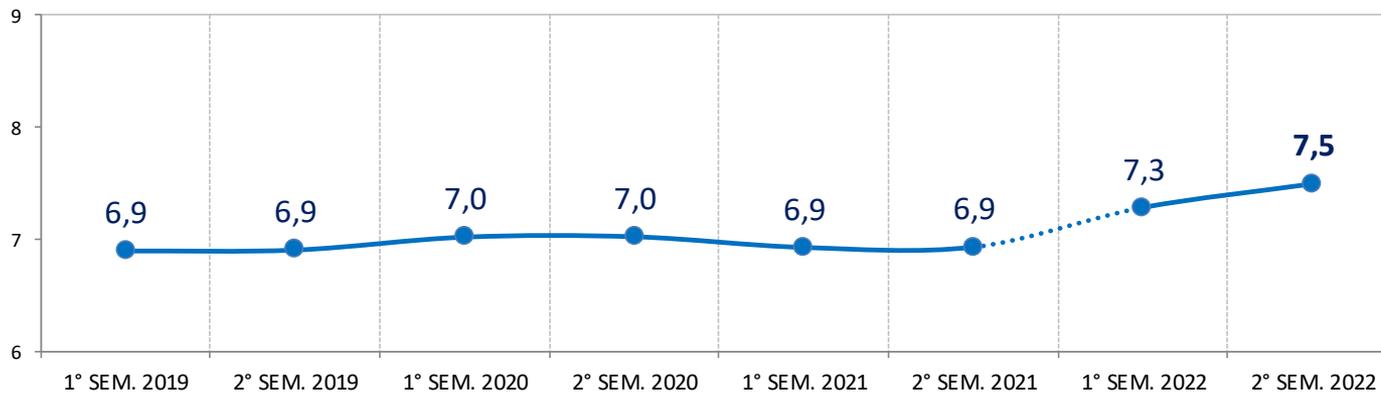
“Vorrei che lei esprimesse il suo giudizio globale circa la qualità del servizio idrico fornitole, negli ultimi 6 mesi, da AdF.”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



“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]

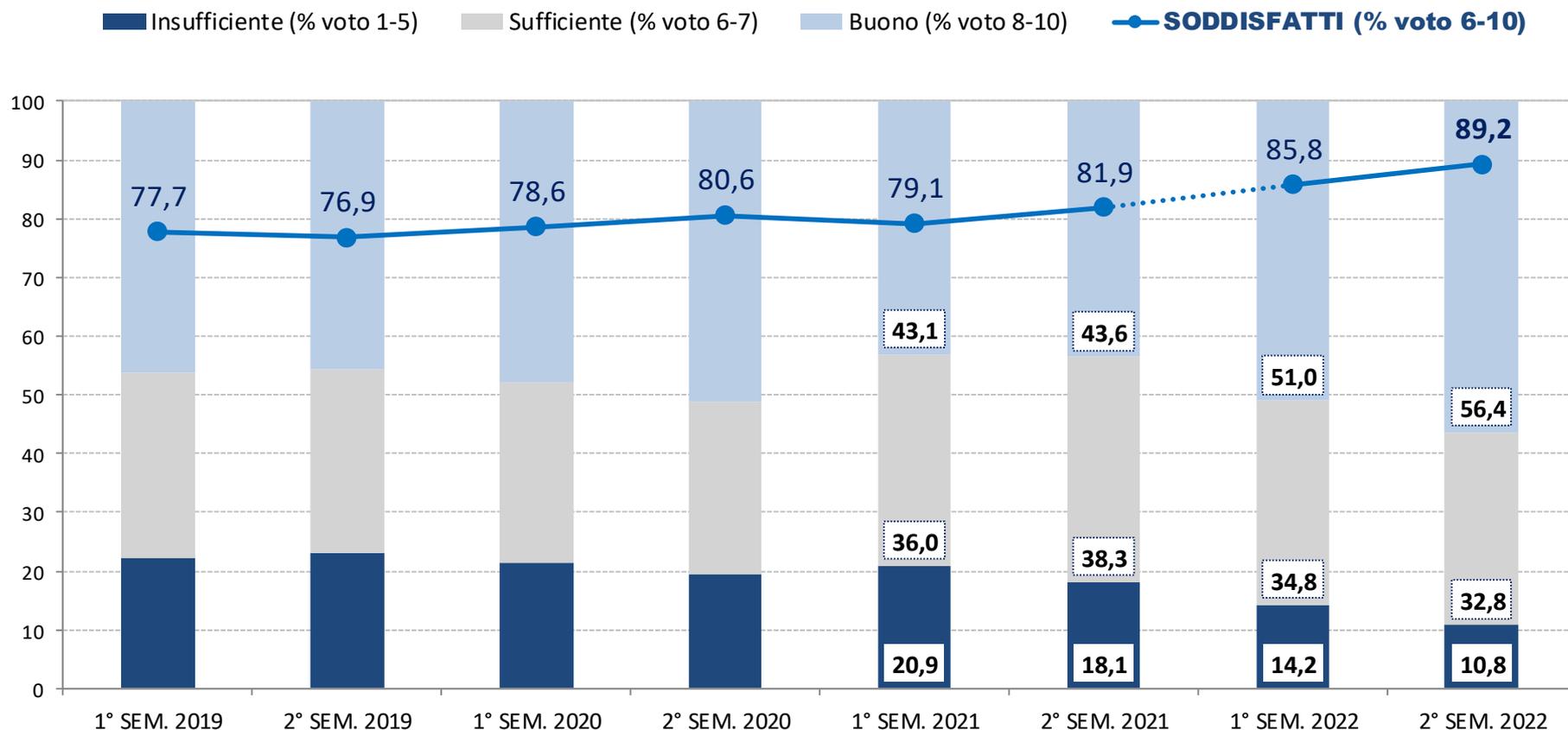


VOTO MEDIO

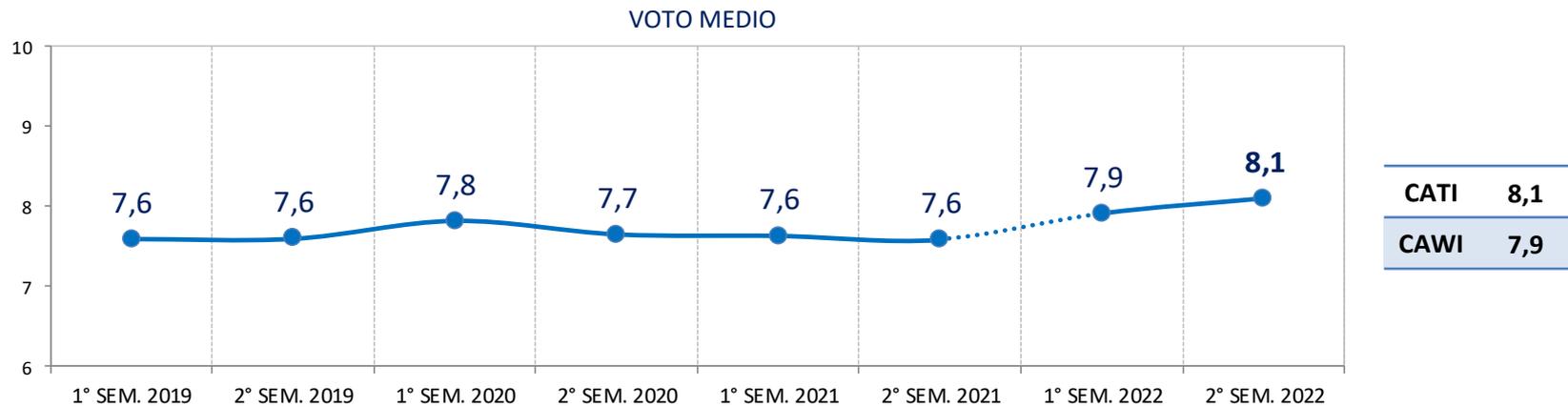
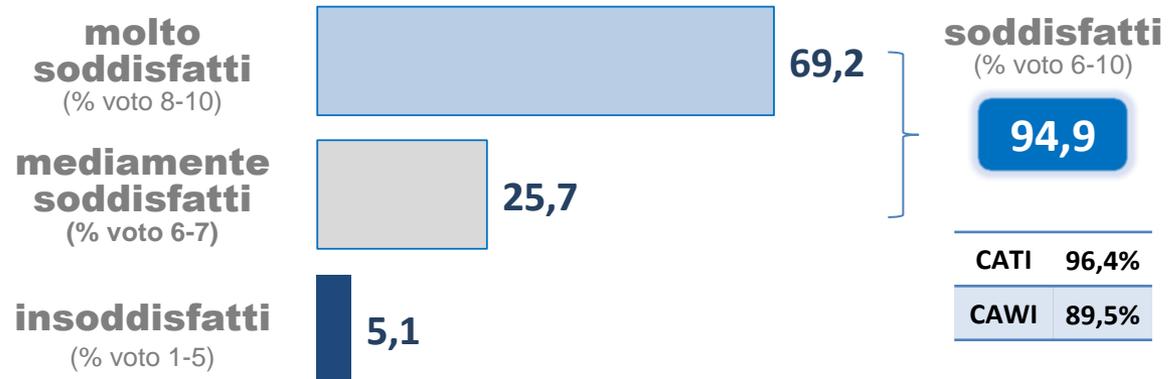


CATI	7,6
CAWI	7,4

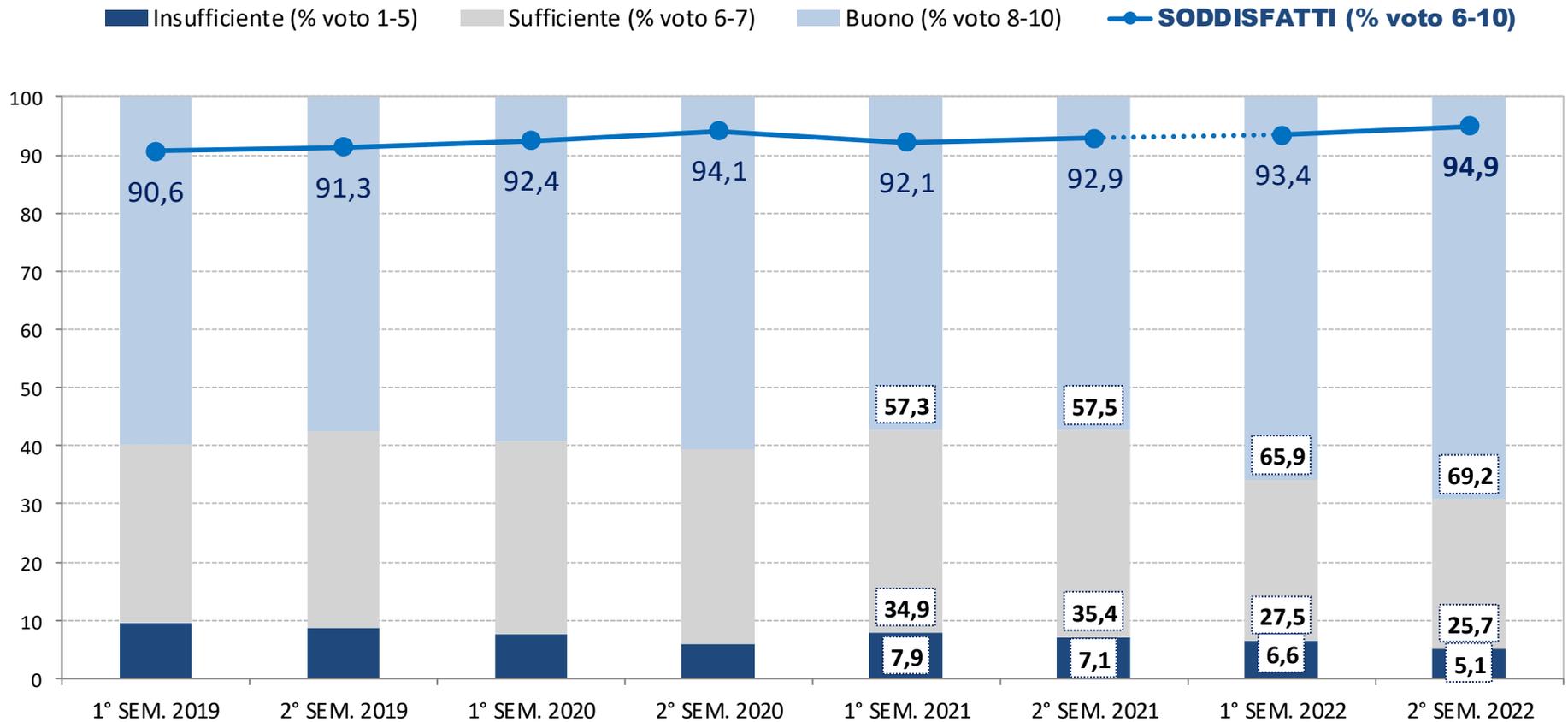
“Considerando complessivamente la QUALITÀ dell'acqua potabile (sapore, odore, purezza e limpidezza) distribuita negli ultimi 6 mesi, che voto dà ad AdF? [scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]”



“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. 2022 ■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

CONTINUITÀ
DEL SERVIZIO



8,1

75,3

LIVELLO DI
PRESSIONE ACQUA



7,9

24,7

CONDOMINIO



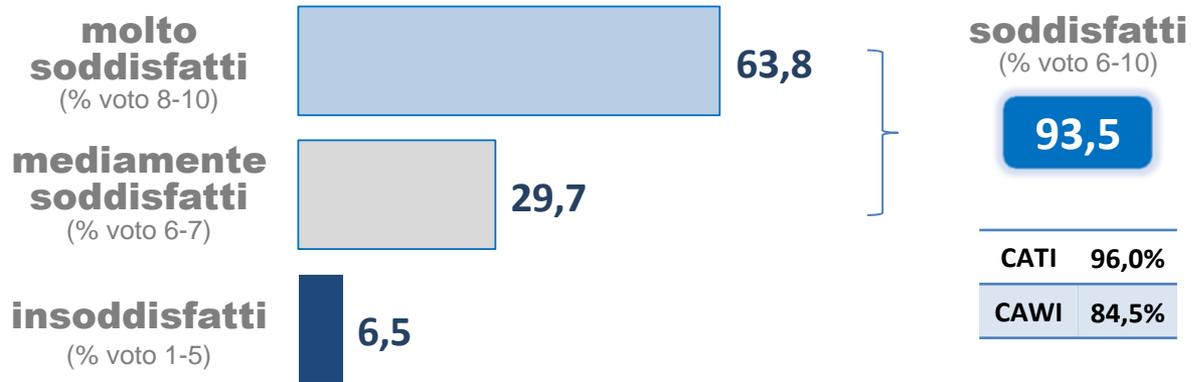
93,5%

UNITÀ INDIPENDENTE

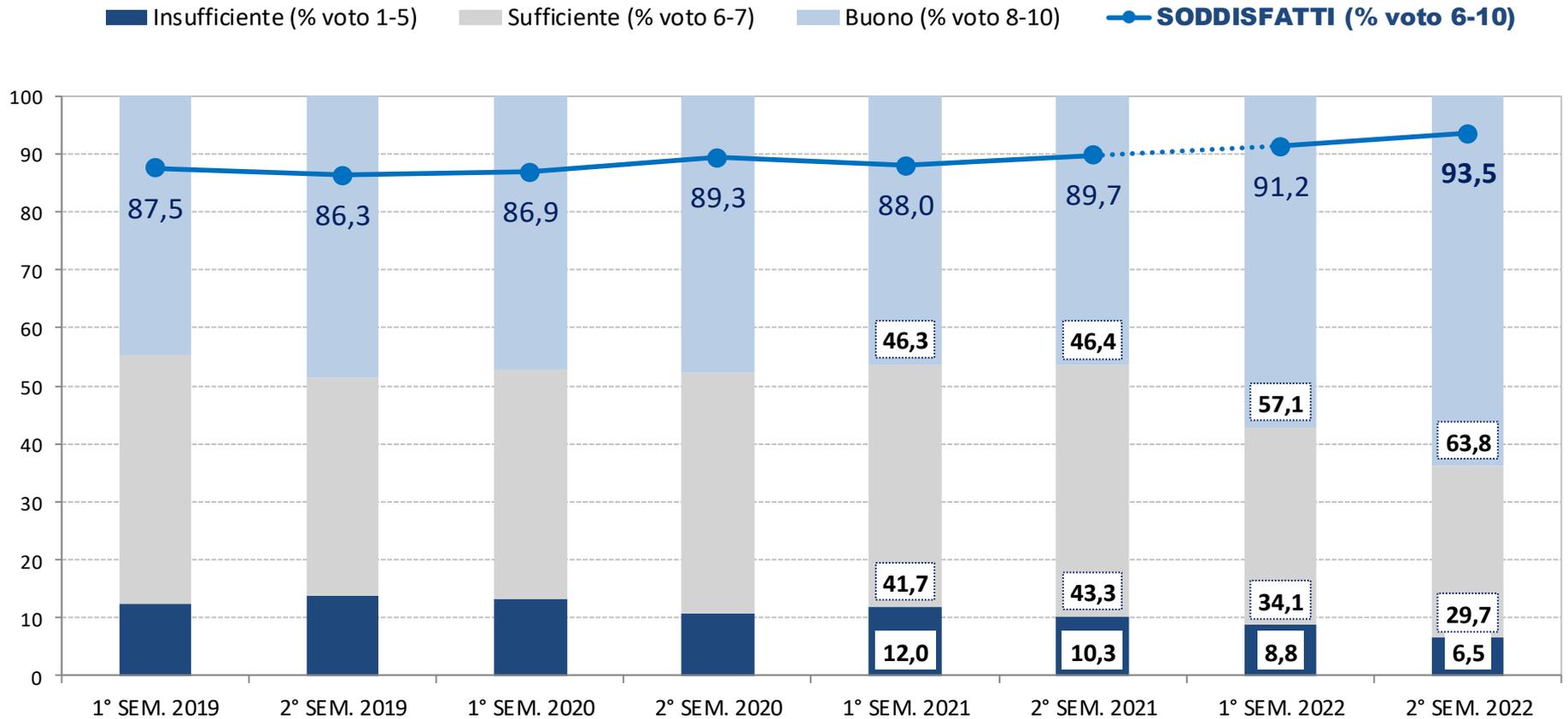


90,8%

“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]

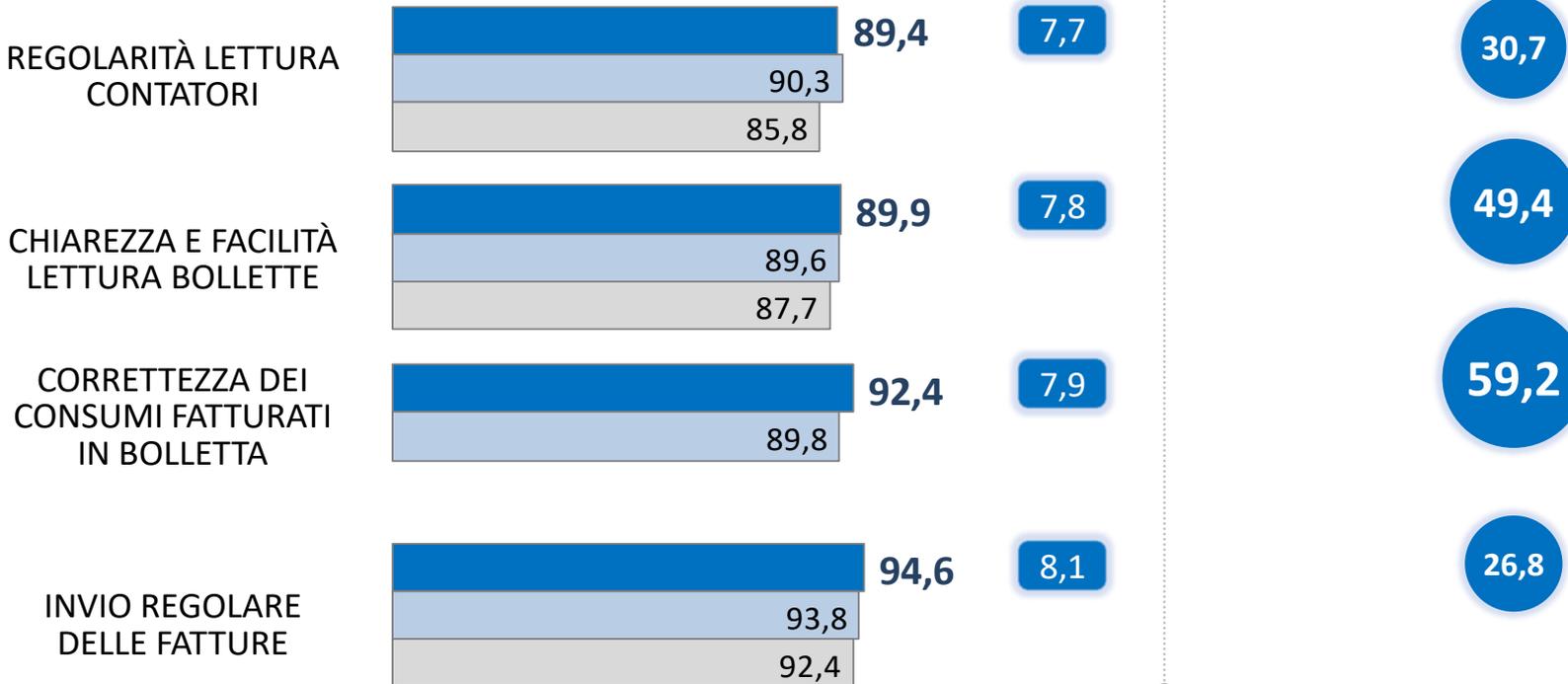
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

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

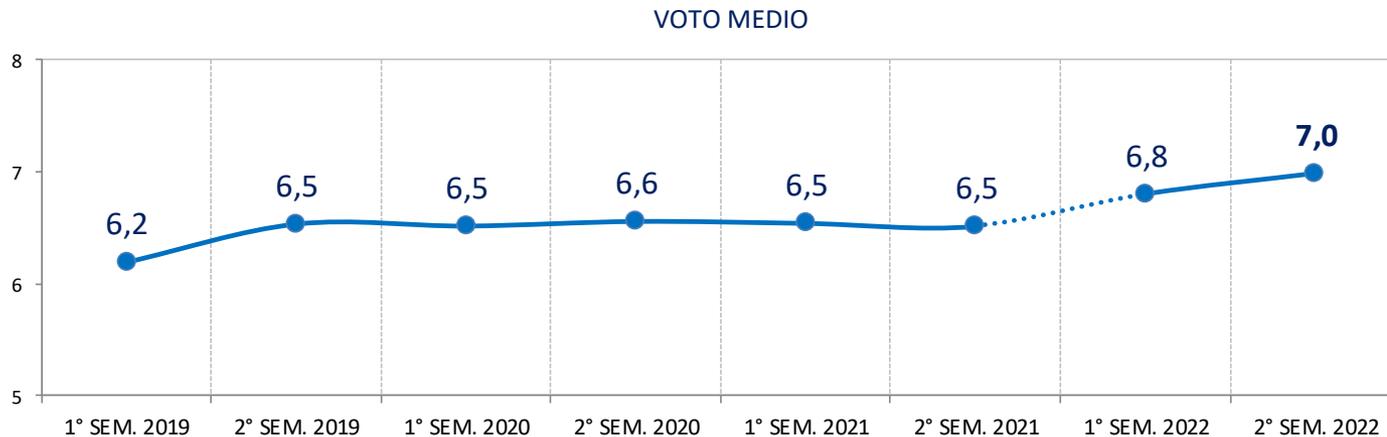
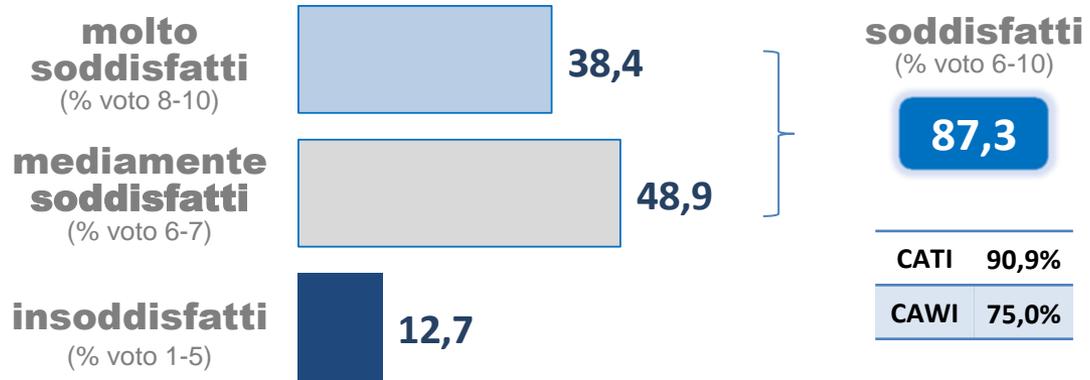
SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

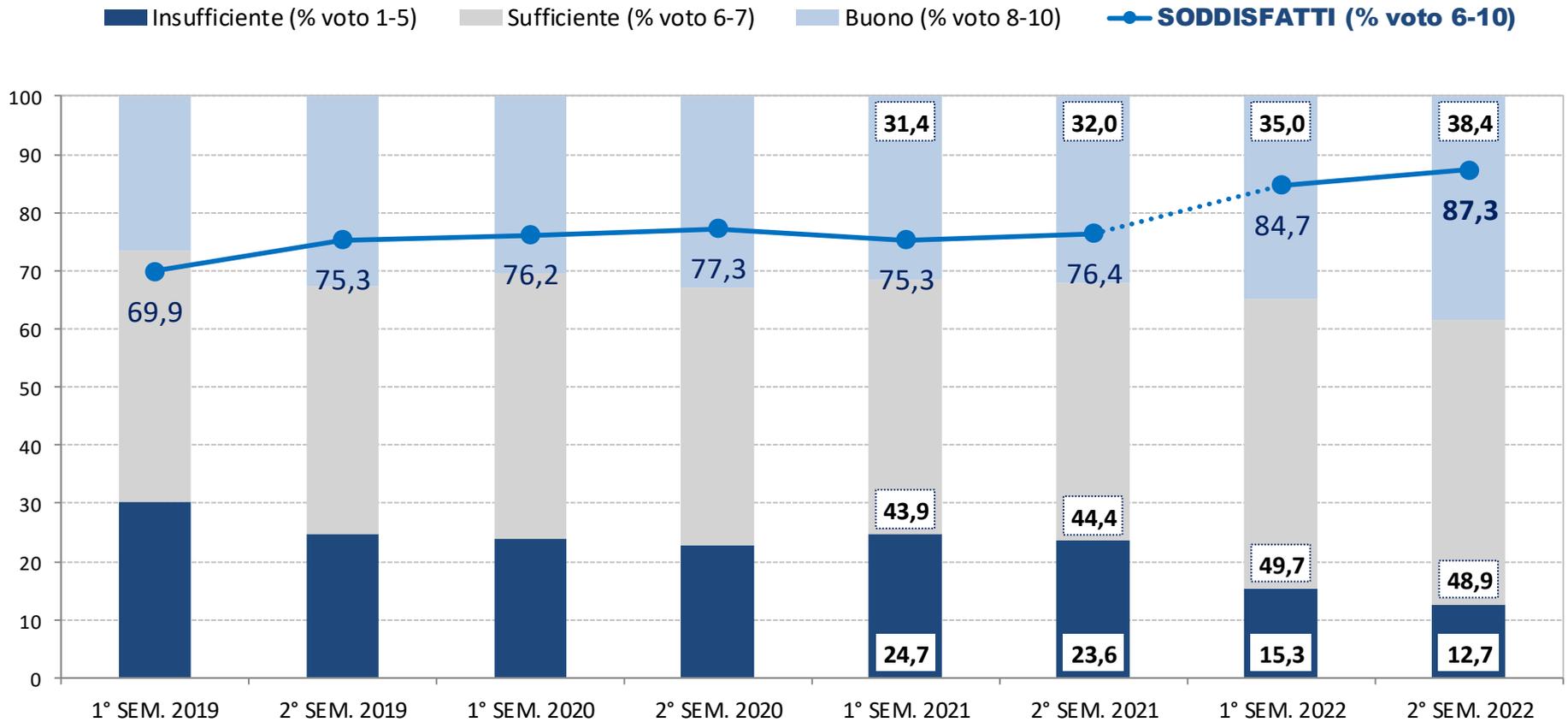
IMPORTANZA (% di citazione)



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



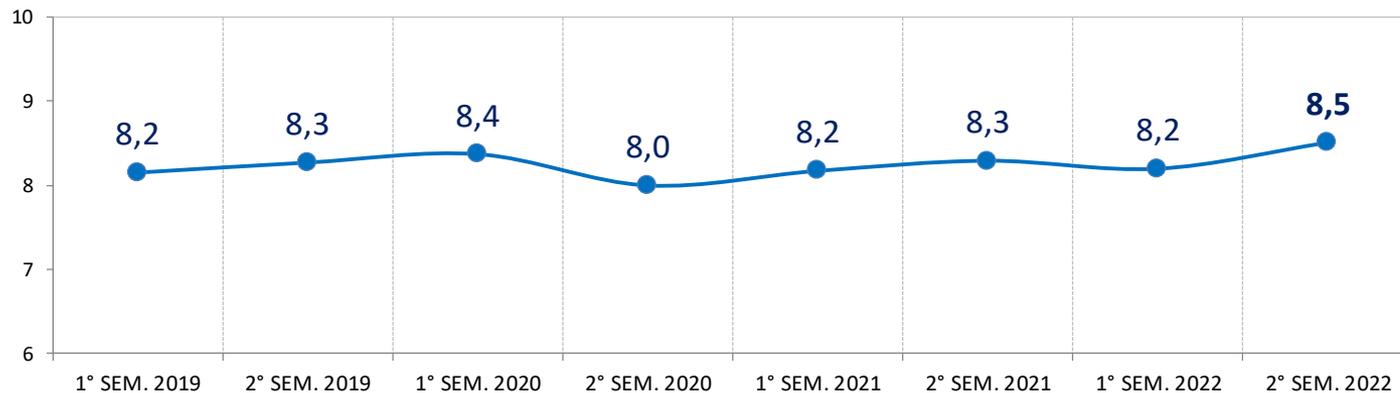
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



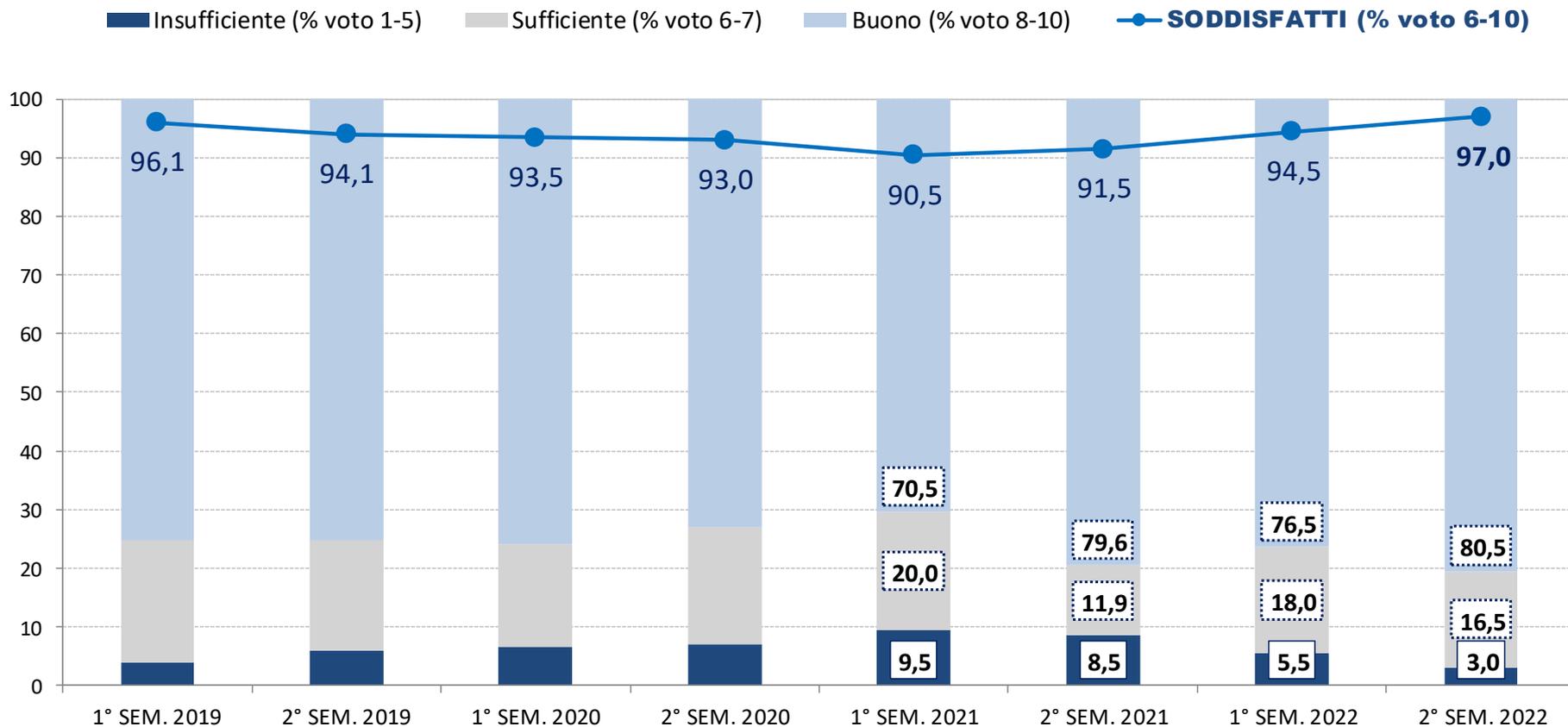
“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



VOTO MEDIO

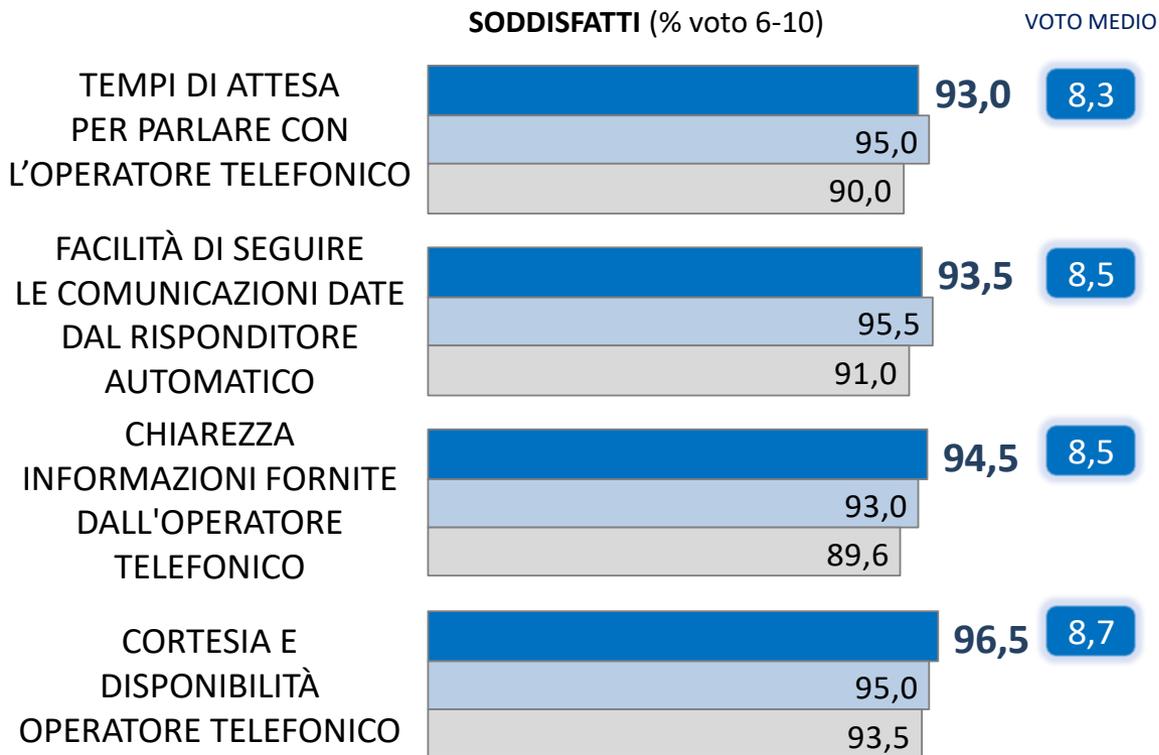


“Considerando complessivamente la relazione telefonica per la segnalazione guasti, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



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

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



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

IMPORTANZA (% di citazione)

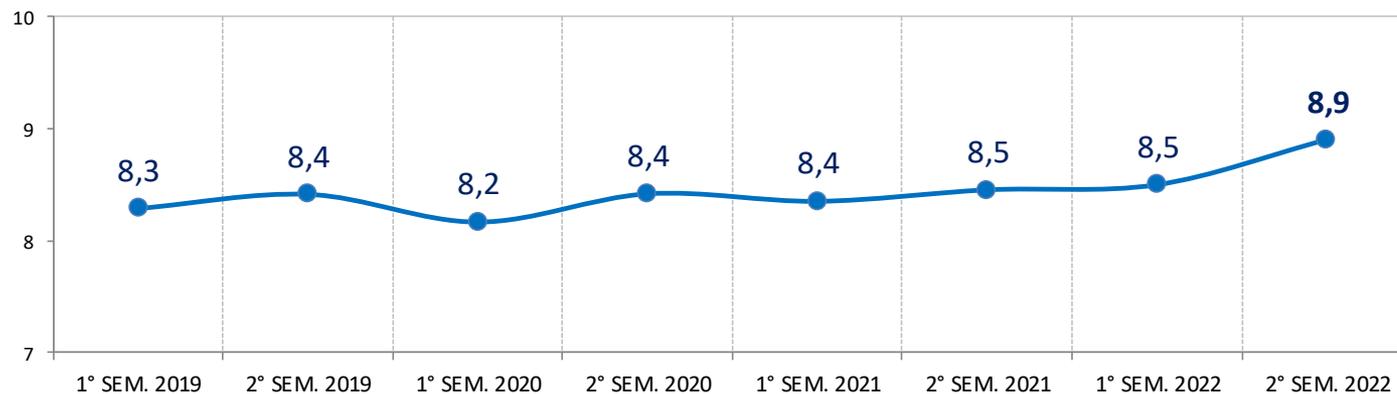


“Considerando complessivamente l'intervento tecnico ricevuto, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

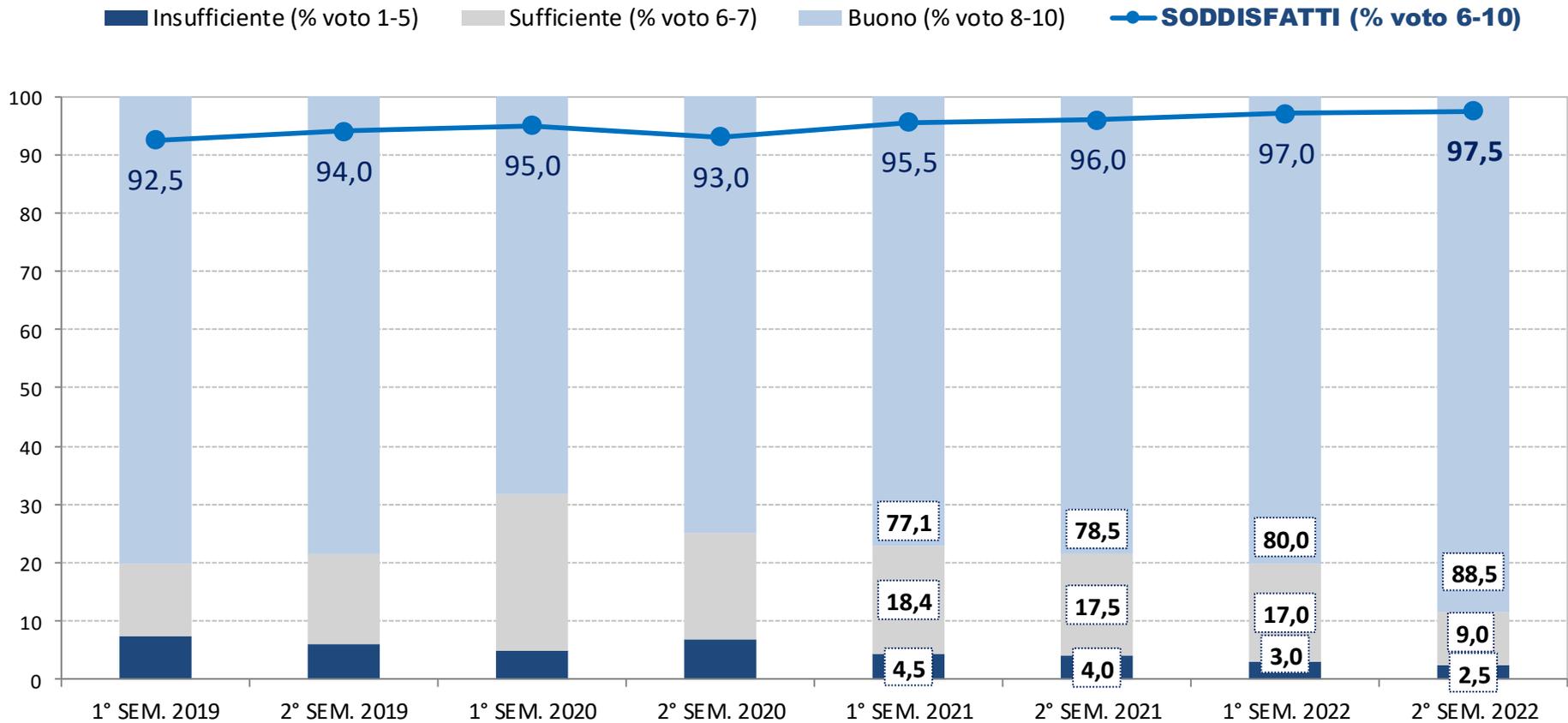


Il **96,5%** del campione è riuscito a risolvere il problema tramite l'intervento tecnico
[97,5%, 1° SEM. 2022]

VOTO MEDIO



“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)

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

RAPIDITÀ DI INTERVENTO
DOPO LA RICHIESTA



96,0

8,7

43,0

RISPETTO DEGLI ORARI
DEGLI APPUNTAMENTI
DA PARTE DEI TECNICI



95,5

8,7

28,5

CORTESIA E
DISPONIBILITÀ
DEI TECNICI



97,0

8,8

40,0

COMPRESIONE DEL
PROBLEMA E CAPACITÀ
DI RISPOSTA/RISOLUZIONE



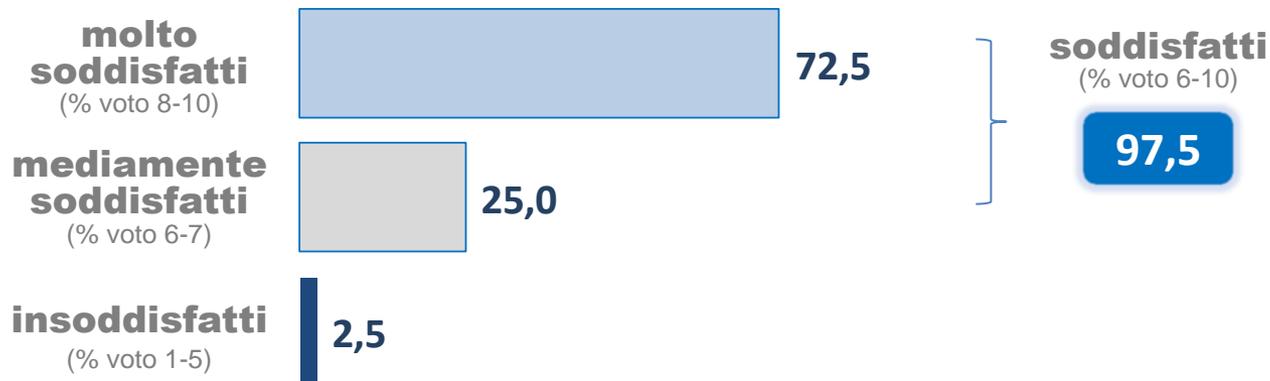
97,0

8,8

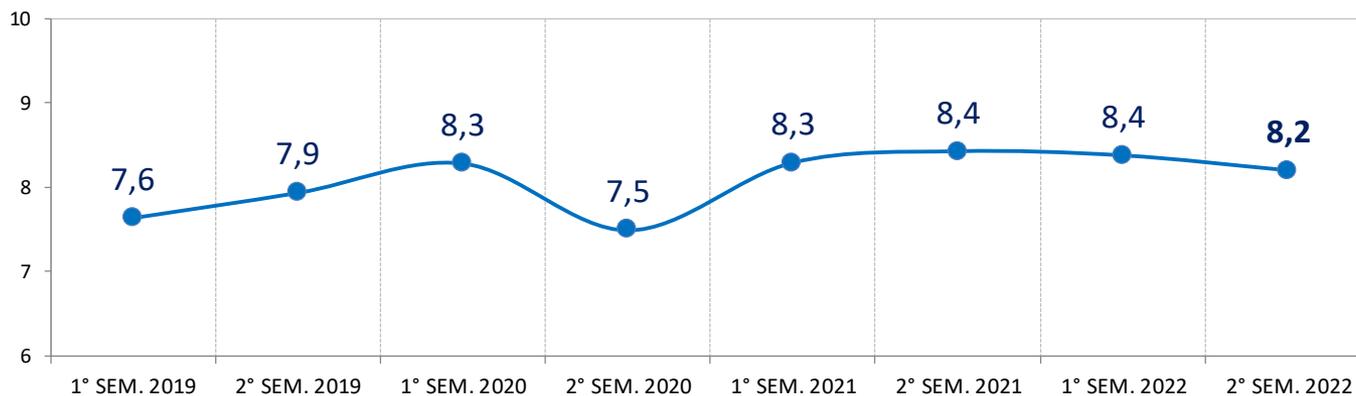
30,0

Base = HANNO RICEVUTO UN INTERVENTO

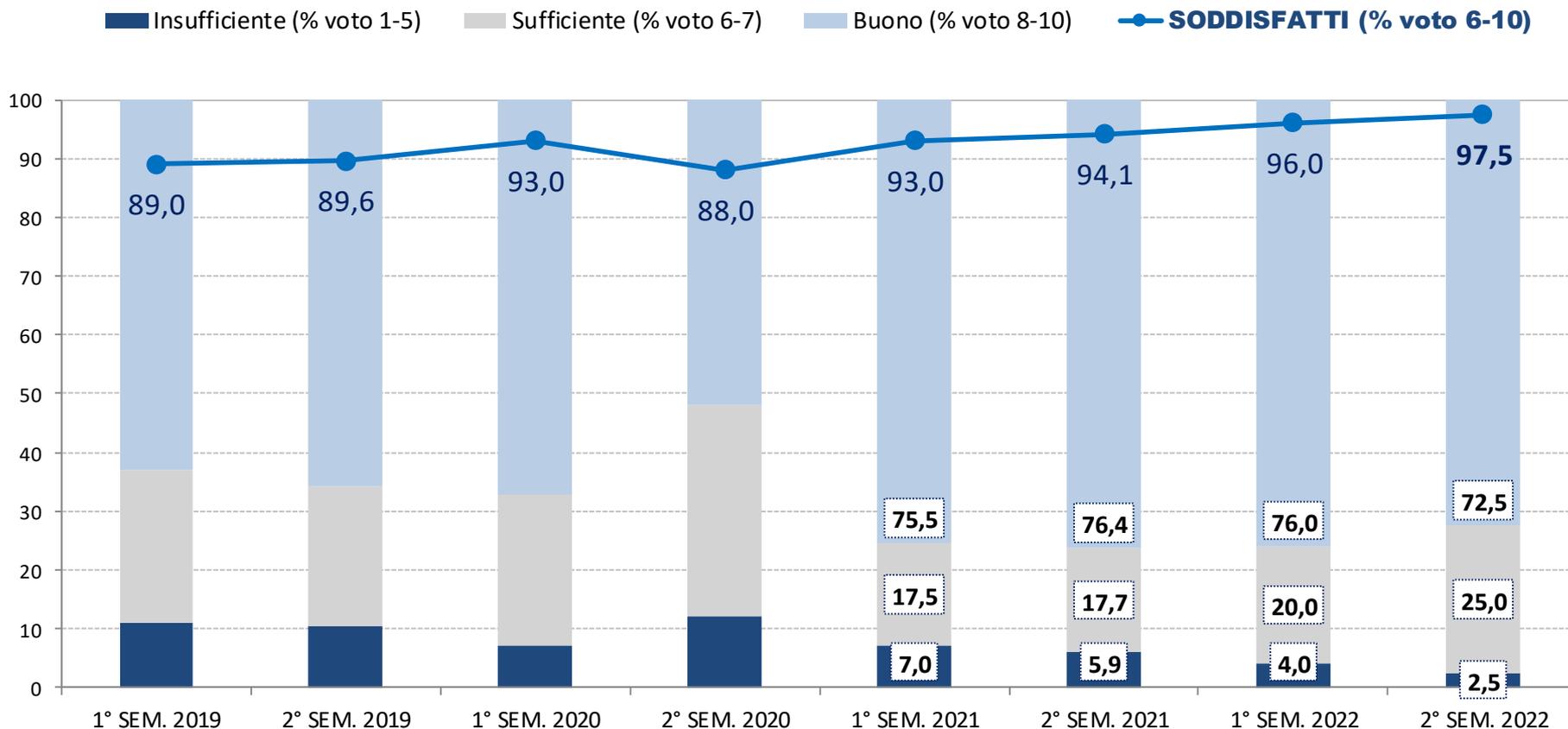
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



VOTO MEDIO



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



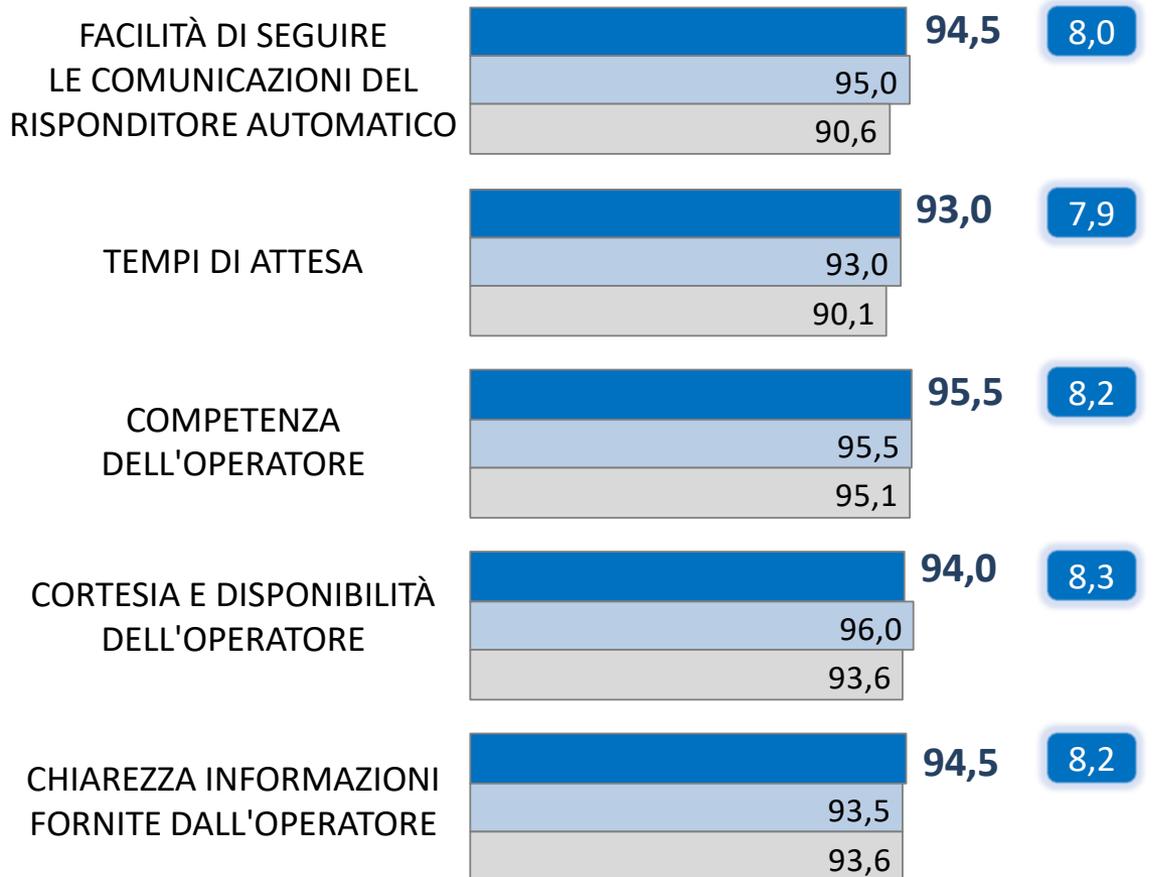
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

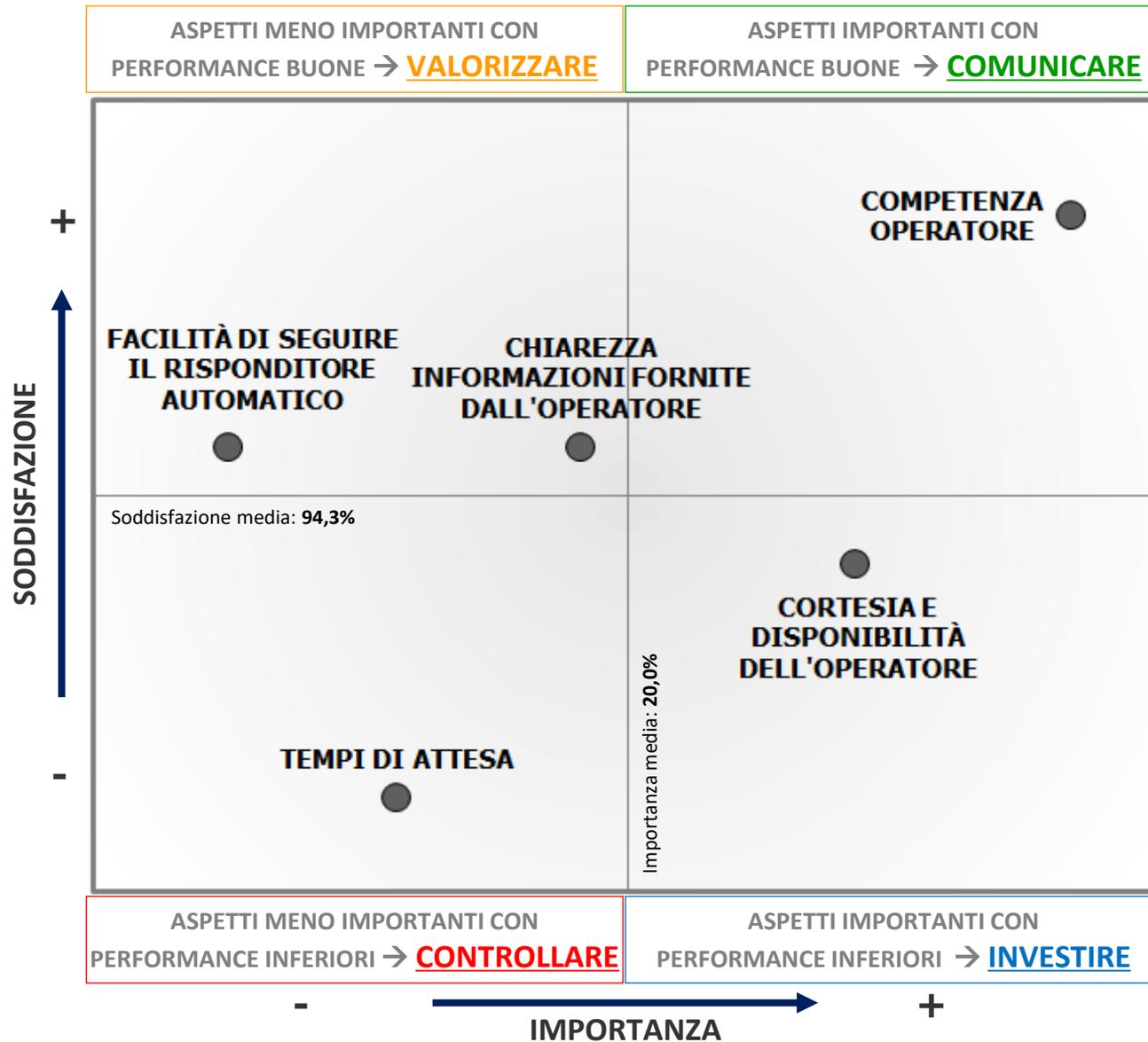


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

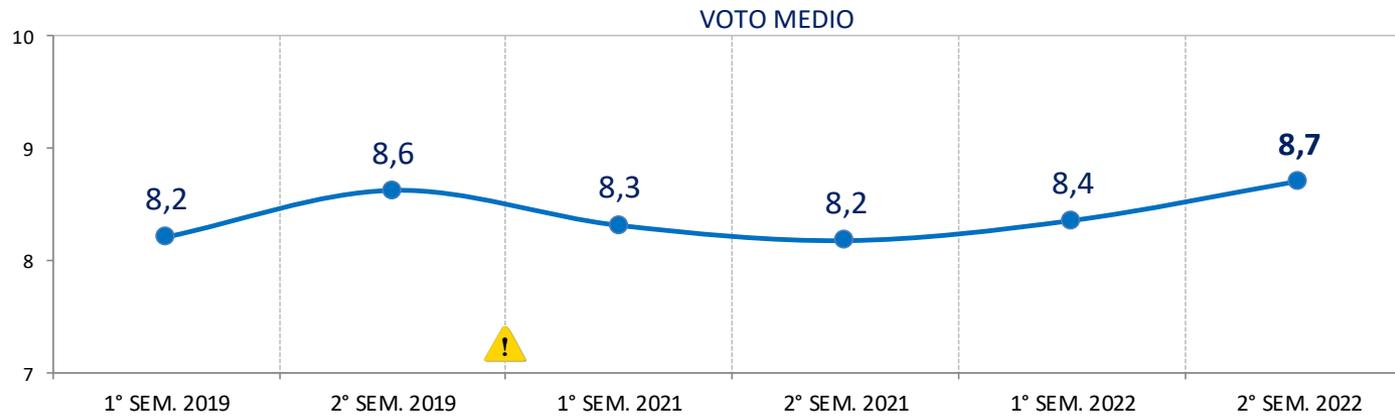
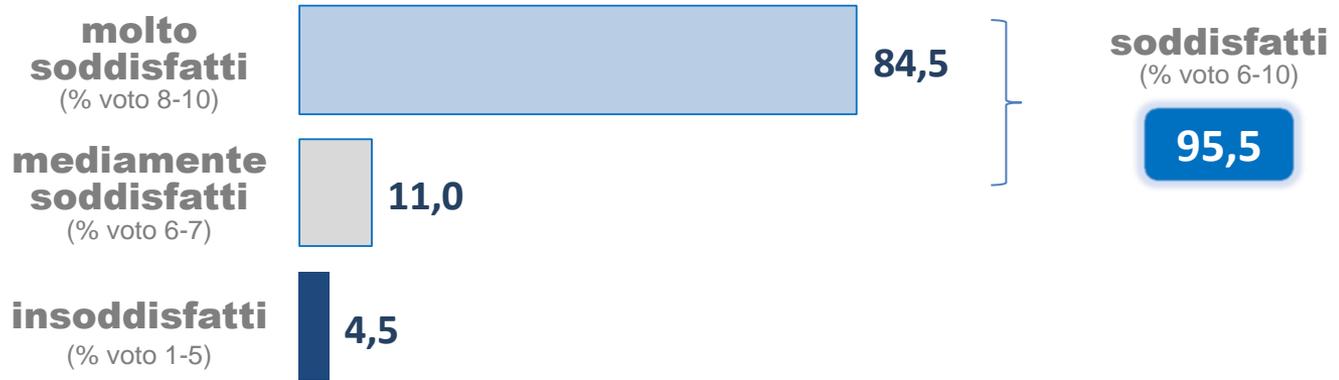




Punti di forza e priorità di intervento

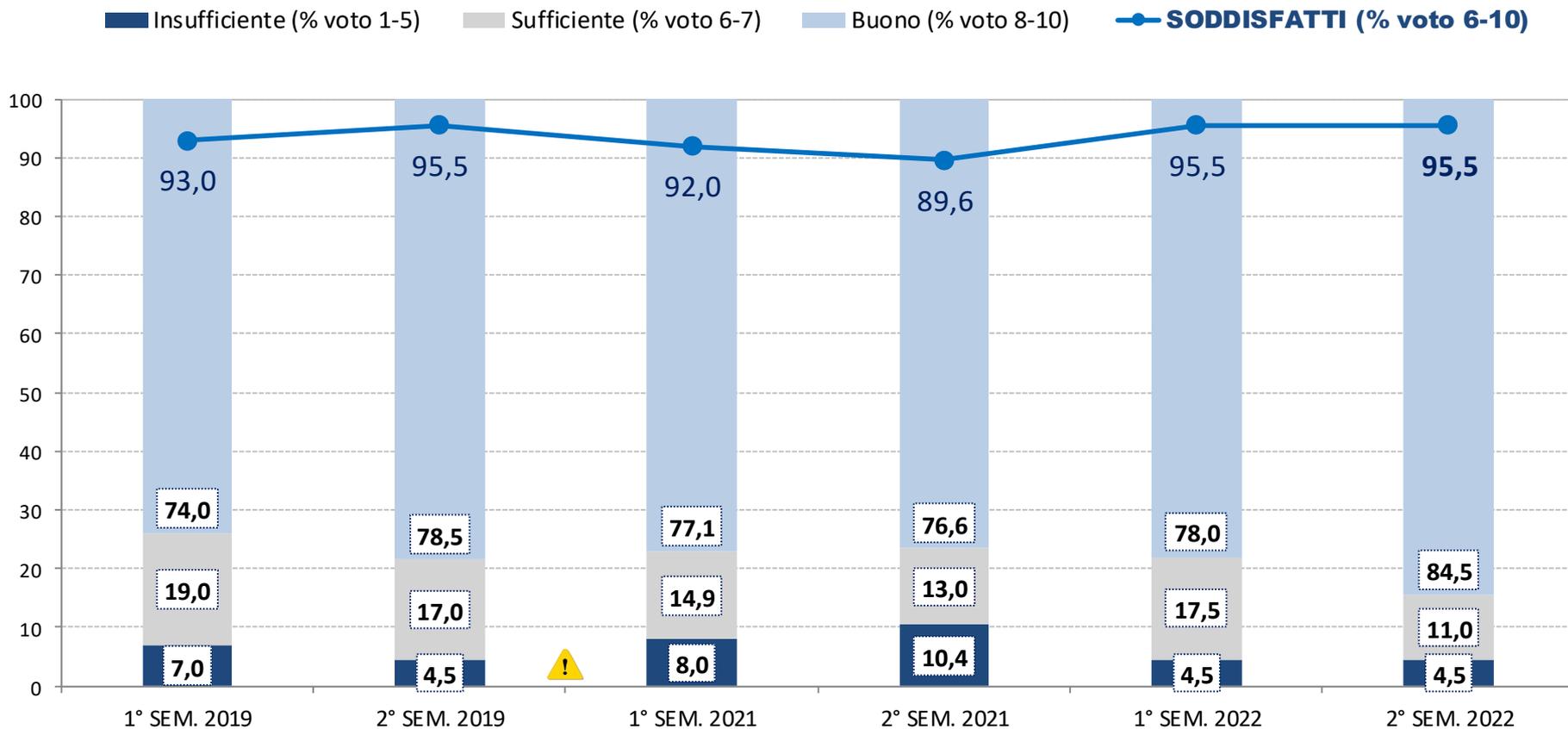


“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso l’AdF Point, che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



! Non rilevato nell'anno 2020

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



! Non rilevato nell'anno 2020

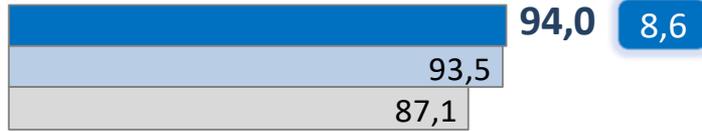
“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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

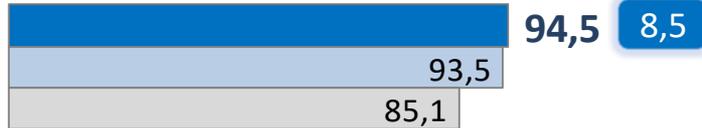
SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

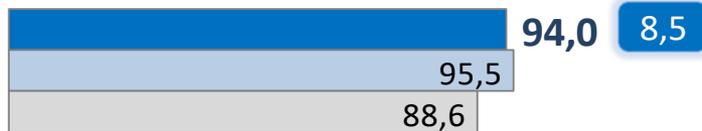
TEMPO TRA DATA DI
PRENOTAZIONE E DATA
FISSATA PER LA VISITA



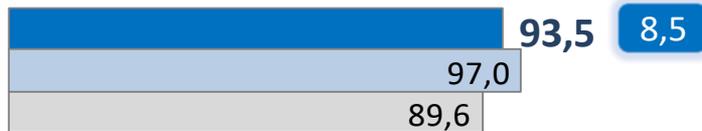
TEMPI DI GESTIONE
DELL'OPERATORE



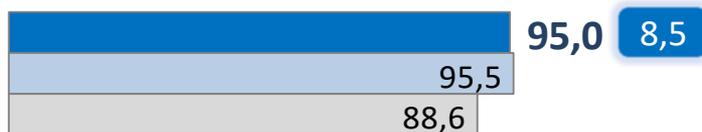
COMPETENZA
DELL'OPERATORE



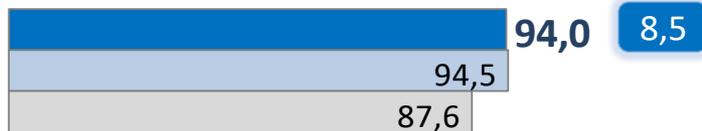
CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



CHIAREZZA DELLE
INFORMAZIONI FORNITE
DALL'OPERATORE



ACCOGLIENZA -
COMFORT DEI LOCALI



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

IMPORTANZA (% di citazione)

13,0

30,5

48,5

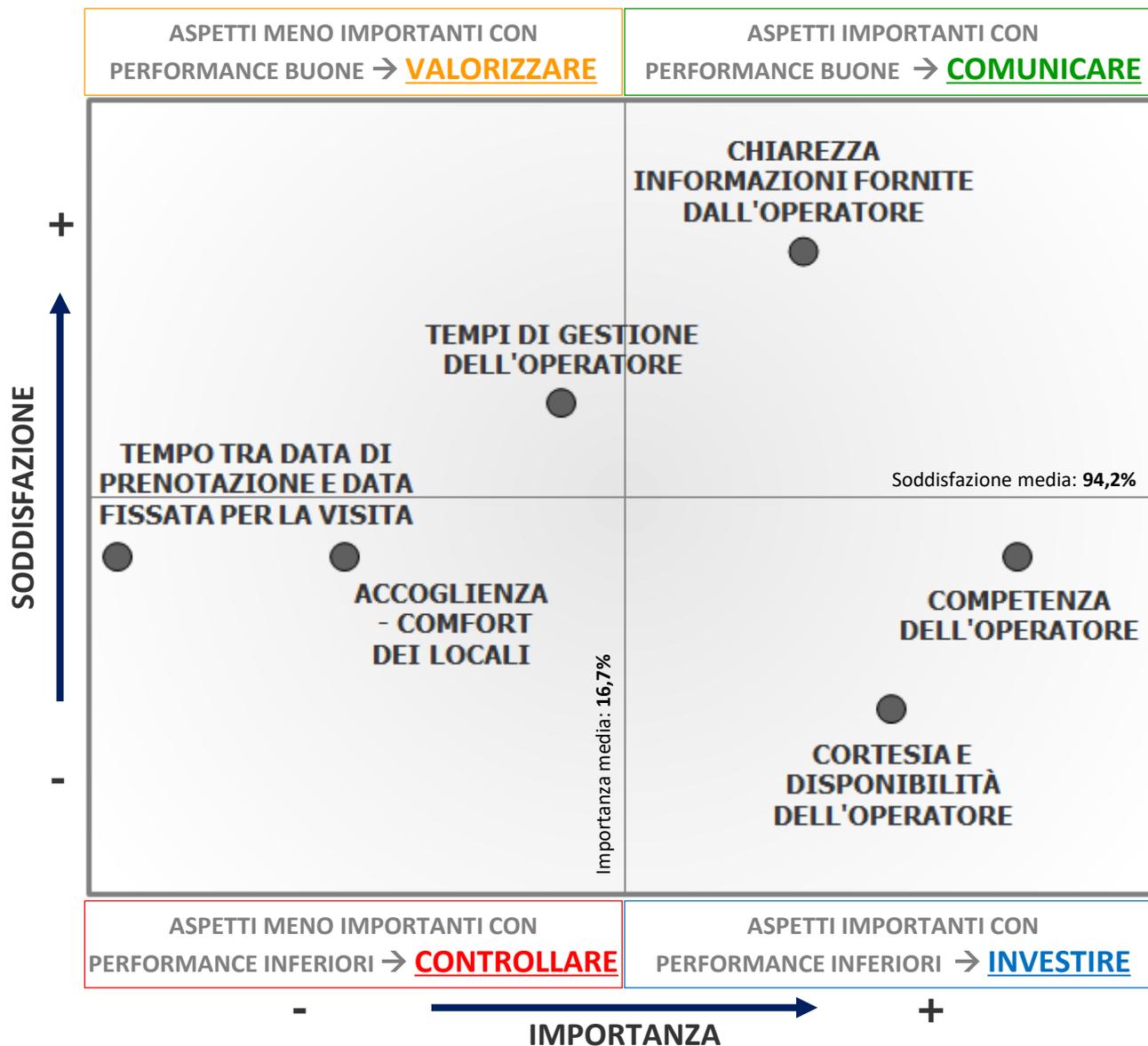
43,5

40,0

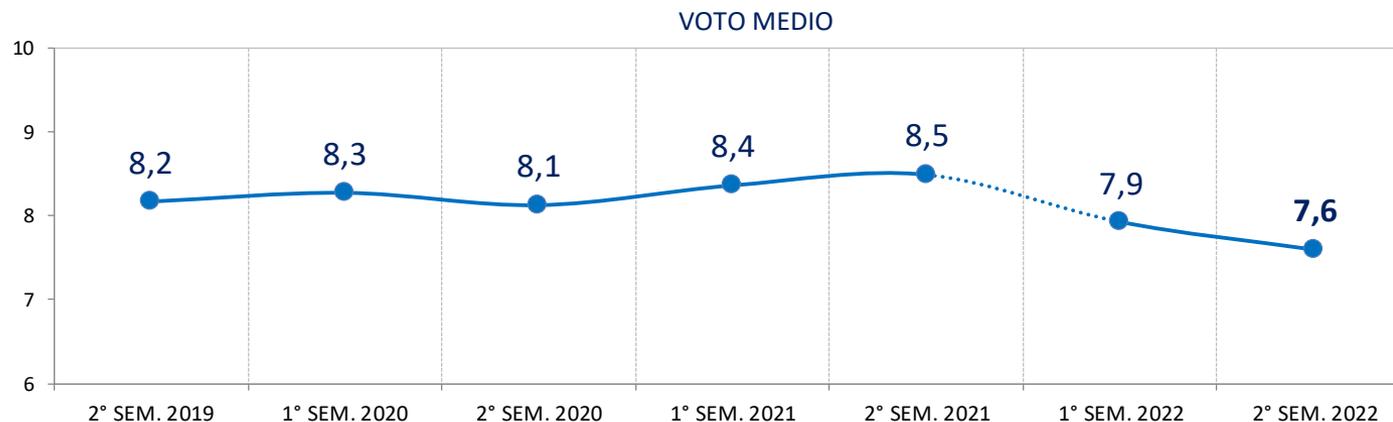
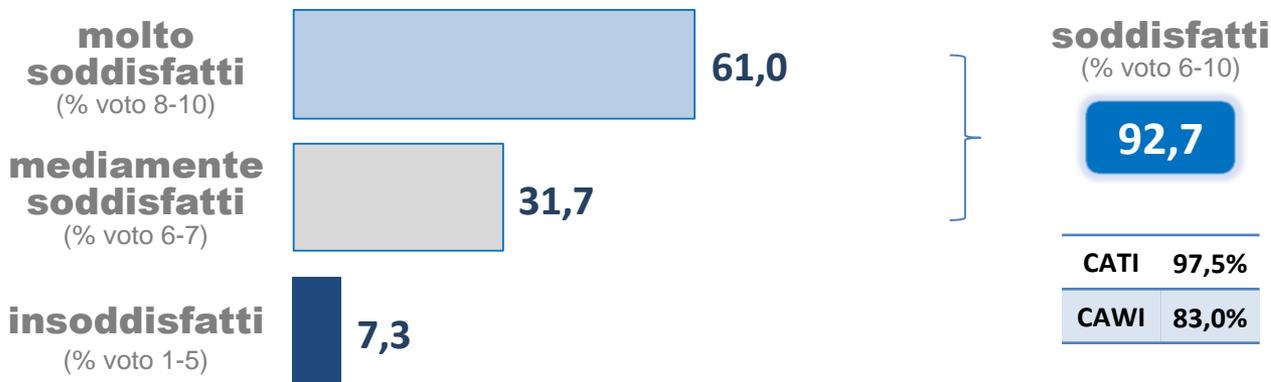
22,0



Punti di forza e priorità di intervento



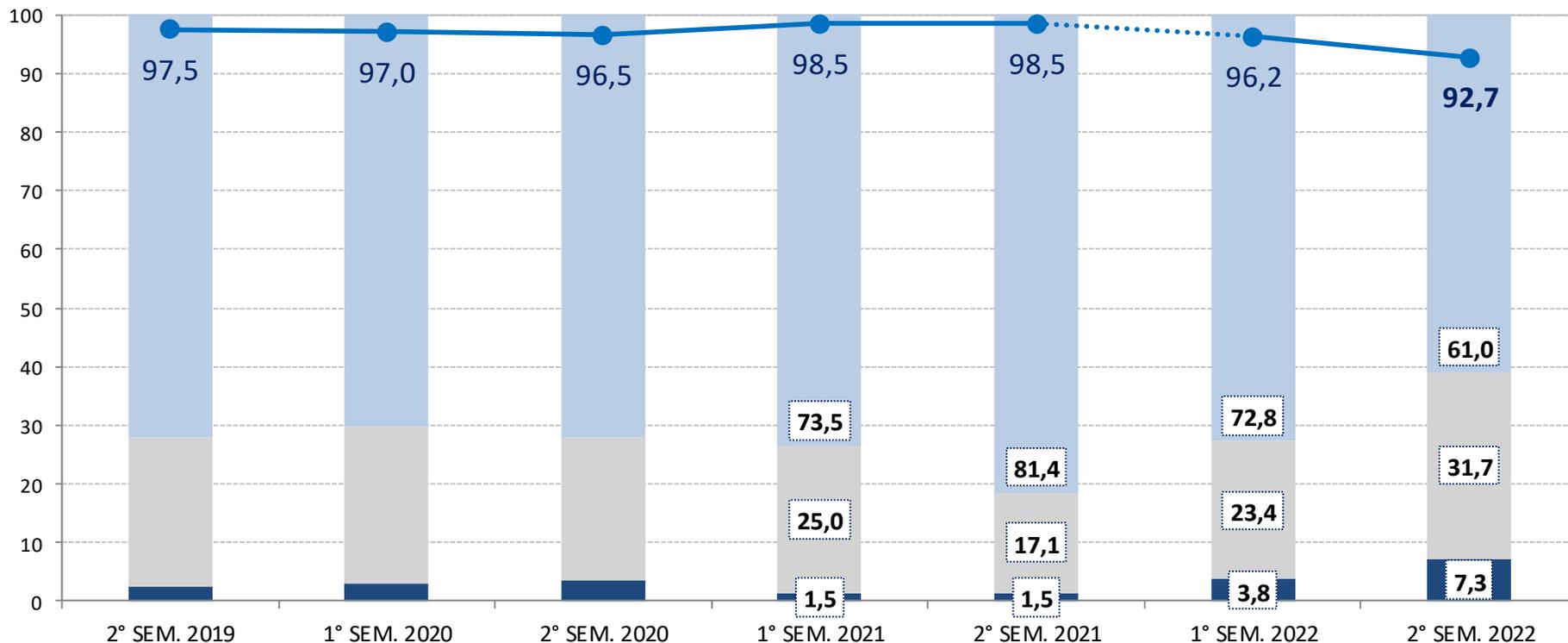
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso l’Area Clienti My Fiora online che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



CATI	7,8
CAWI	7,3

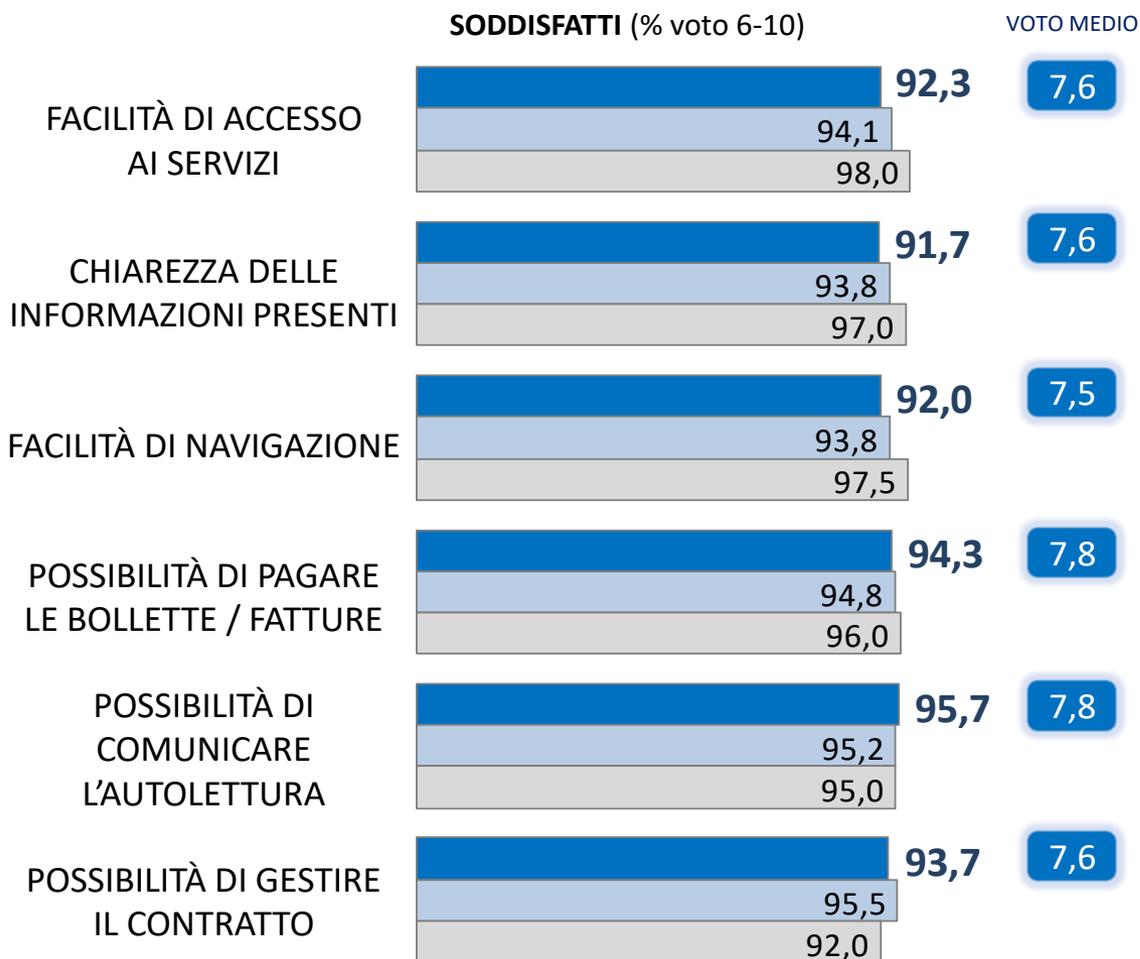
“Considerando complessivamente il servizio ricevuto attraverso l’Area Clienti My Fiora che voto dà ad AdF?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

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

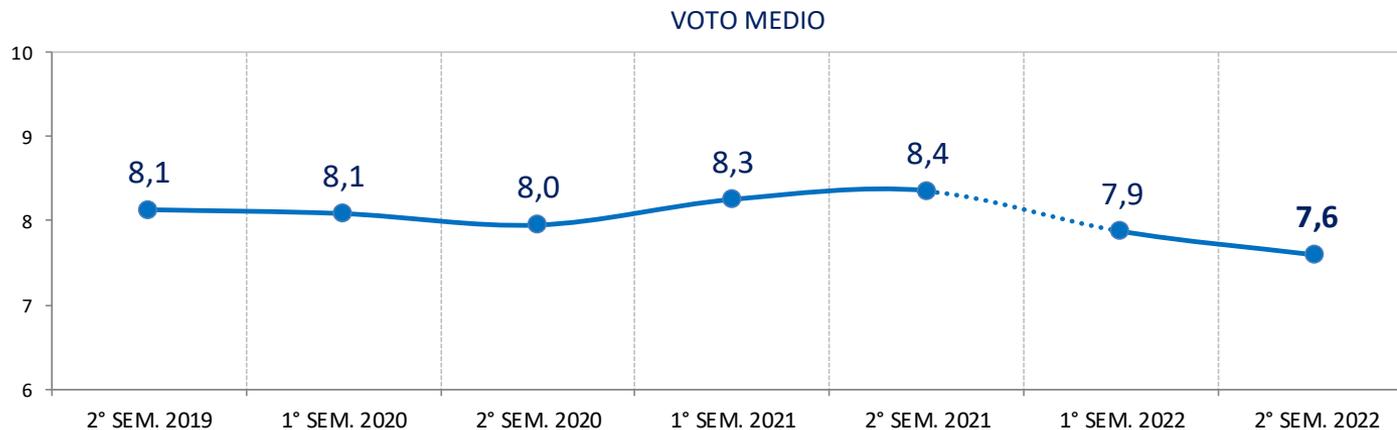
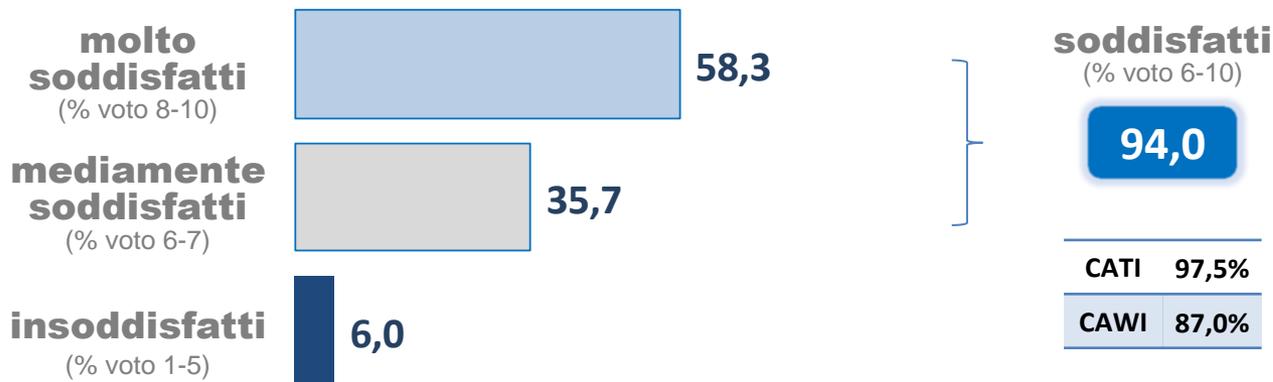


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 3 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)

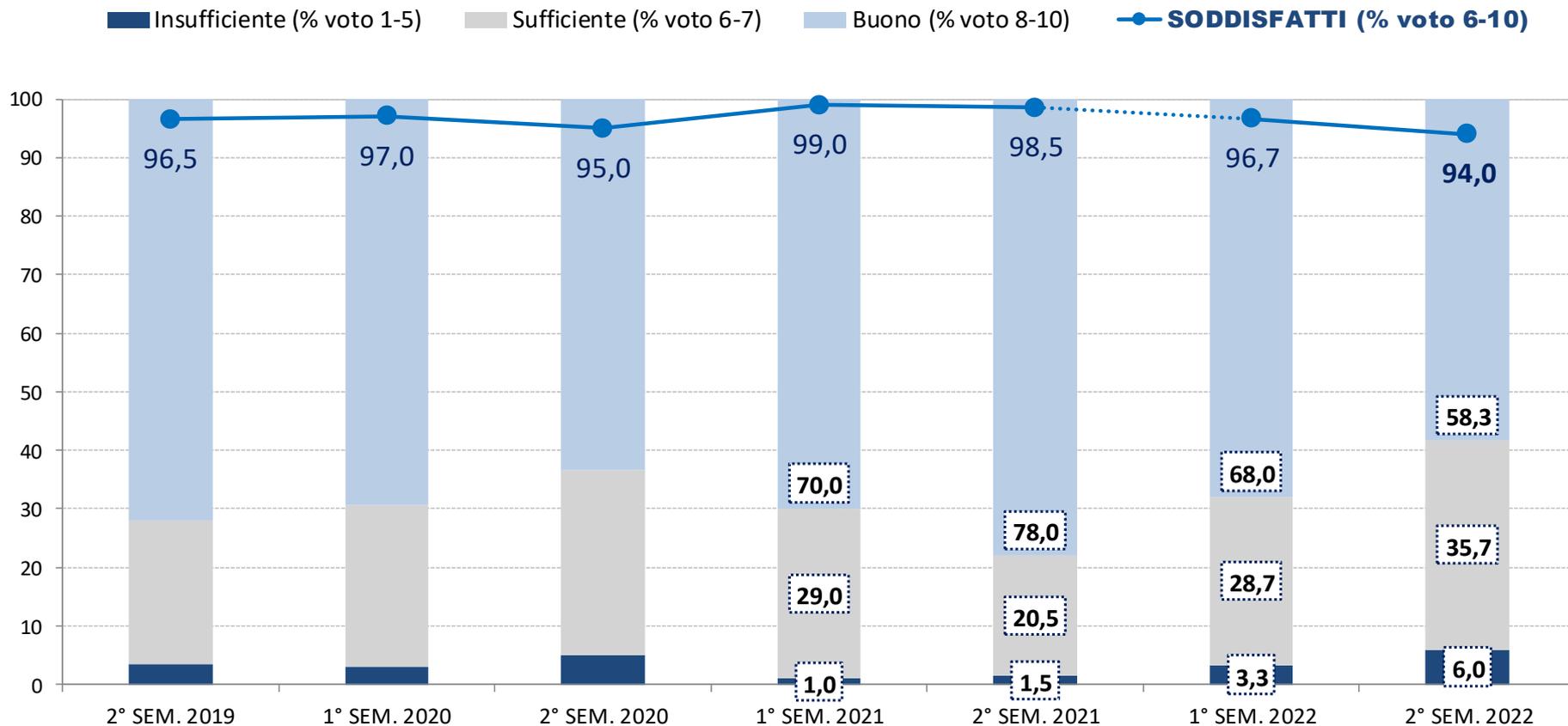


“Considerando complessivamente il sito Internet di AdF, che voto dà?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



CATI	7,7
CAWI	7,3

“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. 2022 ■ 1° SEM. 2022 ■ 2° SEM. 2021

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

REPERIBILITÀ
INDIRIZZO INTERNET



7,6

29,3

FACILITÀ DI NAVIGAZIONE
ALL'INTERNO DEL SITO



7,5

68,7

RICCHEZZA INFORMAZIONI
PRESENTI SUL SITO



7,5

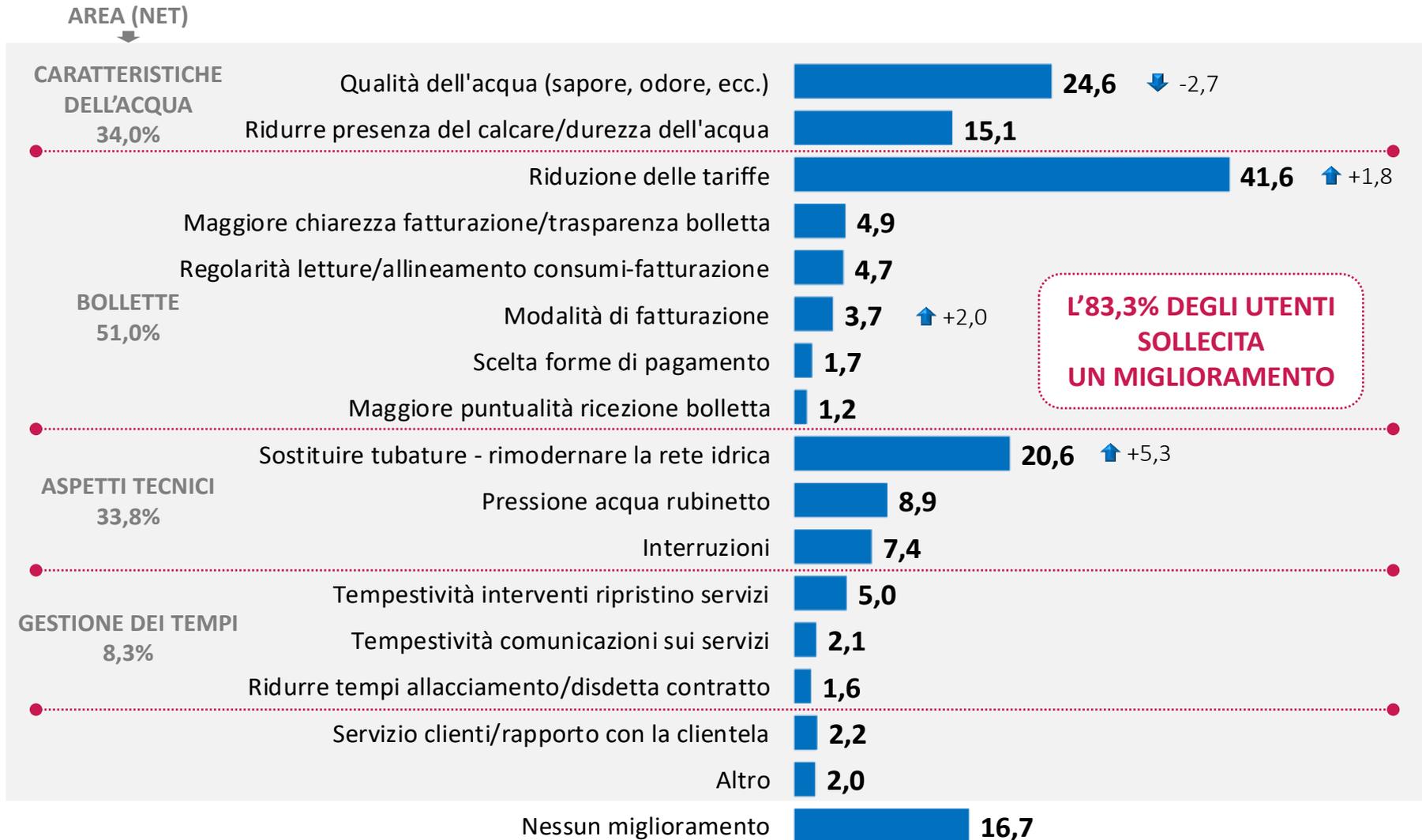
42,3

Sezione Open: altri temi

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



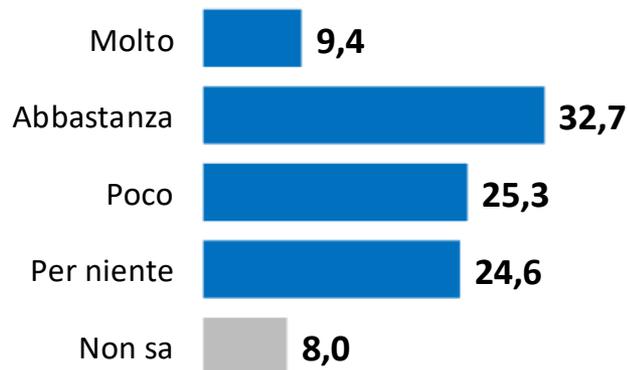
“Quali aspetti del servizio idrico fornito ritiene che debbano essere migliorati?” (risposta multipla)
%



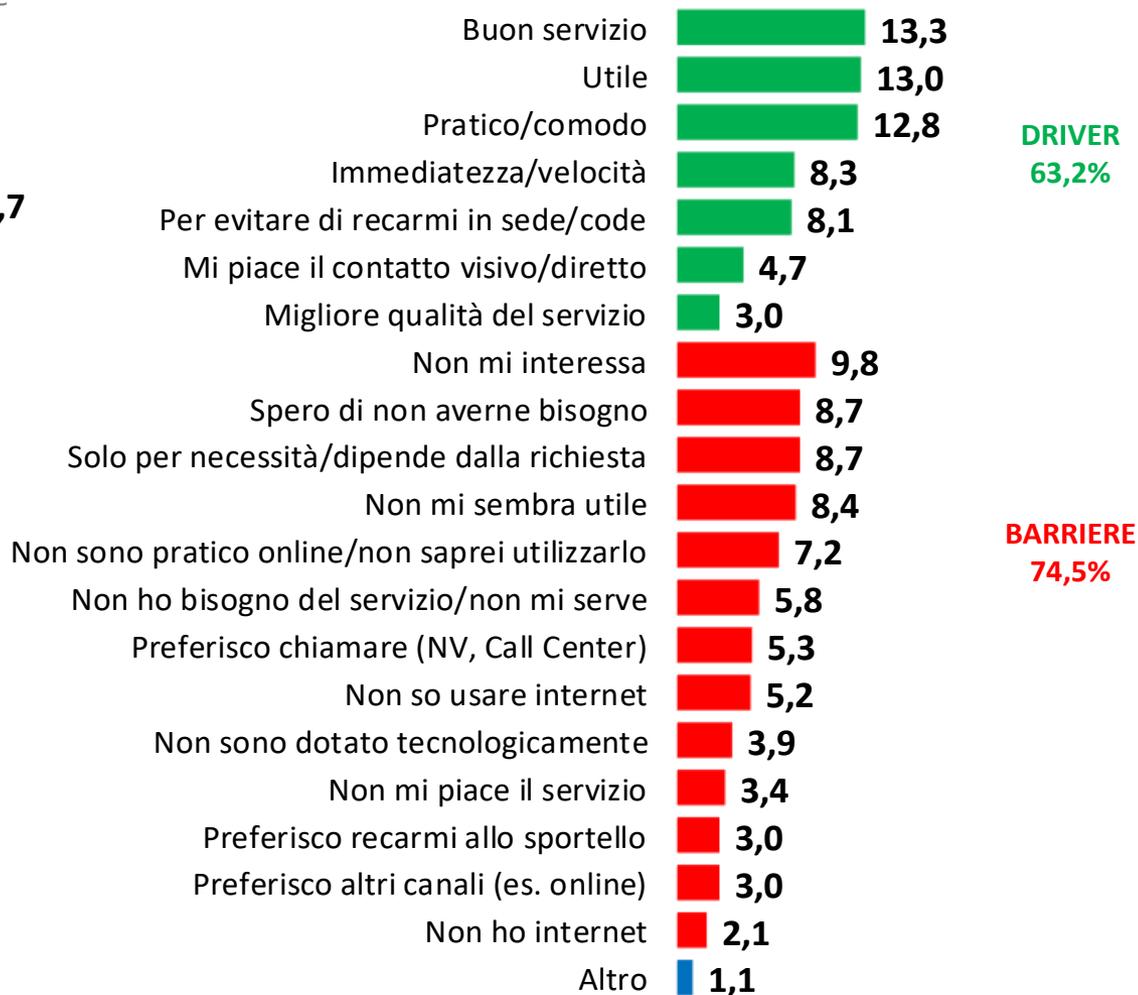
IL 12,7% HA GIÀ SENTITO PARLARE DEL NUOVO SERVIZIO DI VIDEOCHIAMATA

↑ +1,6

“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)



Base = UTENZE DOMESTICHE DIRETTE

Dove ha reperito il numero?

BOLLETTA GOOGLE/INTERNET



Google

65,0%

17,0%

Linea subito libera 54,5%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **87,0%**

chiamata successiva **12,5%**

altro canale contattato **3,5%**

*“Non riusciva ad accedere al servizio”
 “Non era presente l’operatore informato”
 “Restavo a lungo in attesa, senza poter parlare con nessuno”
 “Problema irrisolto, persistenza”*

Il 42,9% ha tentato di risolvere il problema tramite sito web/portale self service

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 29 RISPOSTE

- del tutto 31,0%
- abbastanza 51,7%

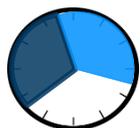
Principali motivi di chiamata

- Informazioni su bollette 28,5%
- Voltura / subentro **14,0%**
- Richiesta di un nuovo allaccio/interventi sul contatore 13,0%
- Richiesta di un nuovo contratto 10,0%
- Rateizzazione 7,0%

SODDISFATTI DI... **!** 28 RISPOSTE

- Tempo di evasione della richiesta 89,3%
- Facilità dell’iter in modalità digitale 89,3%

Durata della chiamata



- meno di 2' 21,5%
- tra 2' e 5' 61,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta



Non risolve, perché...



*“Rimandato a più persone non è riuscito a risolvere”
 “Deve procurarsi della documentazione e ricontattarli”
 “Deve andare di persona all’ufficio competente”*

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **96,0%**
 visita successiva **4,0%**

altro canale contattato **21,0%**

*“Verificare alcuni aspetti prima di rispondere”
 “A lungo in attesa, senza parlare con qualcuno”
 “Problema irrisolto, persistenza”
 “Presentare documentazione mancante”*



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

Informazioni coerenti nei diversi contatti

! 46 RISPOSTE

- del tutto 41,3%
- abbastanza 28,3%

Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto/variazione, disdetta 53,5%
- Richiesta nuovo allaccio o interventi su contatore 12,0%
- Informazioni su bollette **11,5%**
- Rateizzazioni 5,5%
- Pagamento bollette, pratiche domiciliazione bancaria 4,5%

Cosa non era chiaro? **! 23 RISPOSTE**

- 34,8% - La detrazione dell'acconto nella bolletta a conguaglio
- 21,7% - La suddivisione del consumo in scaglioni ad importi differenziati
- 17,4% - Difficoltà a scaricare la bolletta ricevuta via mail

Permanenza allo sportello



- meno di 5' 17,5%
- tra 5' e 15' 64,0%



Risolve del tutto o in parte la richiesta **95,5%**



Non risolve, perché...



*“L'operatore mi ha rimandato ad un'altra persona”
 “Devo procurarmi della documentazione e poi ricontattarli”*

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)
 %





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

BOLLETTA

SITO INTERNET



55,7%

47,0%

Accessibilità sempre disponibile e funzionante 26,0%

Tramite l'Area Clienti



Riesce a trovare del tutto risposte alle esigenze **77,7%**



Alcune funzionalità sono carenti **21,0%**



"Difficoltà/criticità di navigazione"

"Il caricamento delle pagine risulta lento"

"Per concludere la pratica ho dovuto contattare il NV"

"Problemi nel registrare l'autolettura"

Principali motivi di registrazione

- Comunicazione autolettura 54,0%
- Pagamento della bolletta / fattura 47,7%
- Visualizzazione estratto conto 34,0%
- Gestione del contratto 32,7%
- Informazioni contrattuali 28,0%



Il 3,3% ha riscontrato difficoltà nella registrazione a My Fiora

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

"Non arrivava il link di conferma"

"Non accettava il numero di telefono"

20,3% ha utilizzato altri canali, quali...



Contatto diretto/conoscenza personale dipendente ADF

Informazioni coerenti nei diversi contatti

• del tutto 32,8%

• abbastanza 50,8%

! 61 RISPOSTE

77,0%

14,8%

13,1%

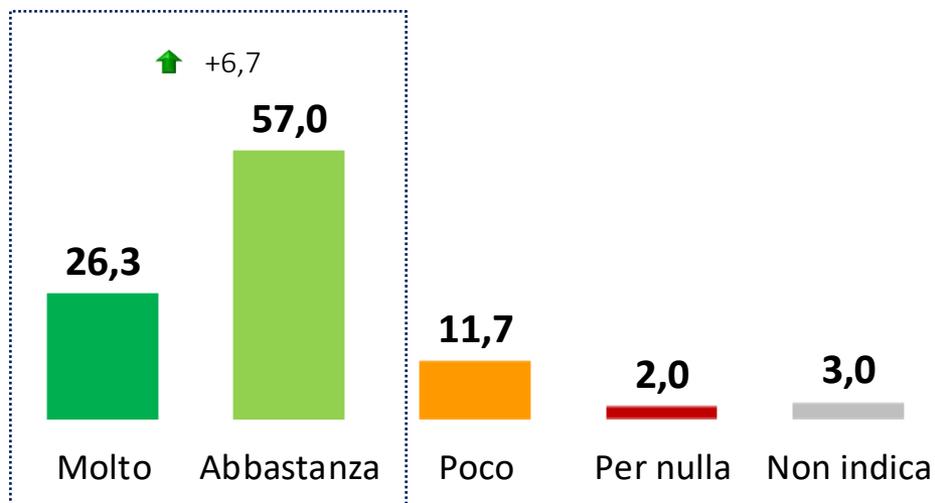


“Lei sa che esiste l’App My Fiora scaricabile gratuitamente sullo smartphone dove è possibile effettuare le principali operazioni dell’Area Clienti, come consultare lo stato dei pagamenti, inviare l’autolettura, etc?”



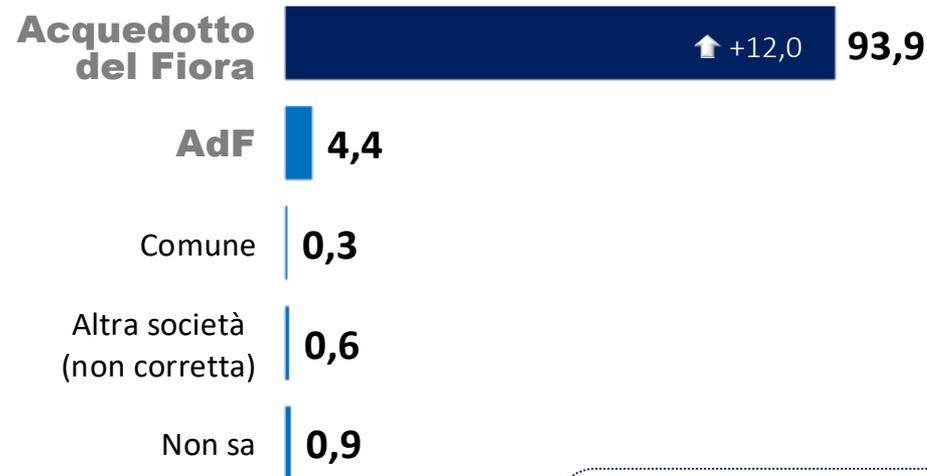
Al **70,0%** è capitato di utilizzare l’App MyFiora dal proprio smartphone

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



Base = UTENTI AREA CLIENTI

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

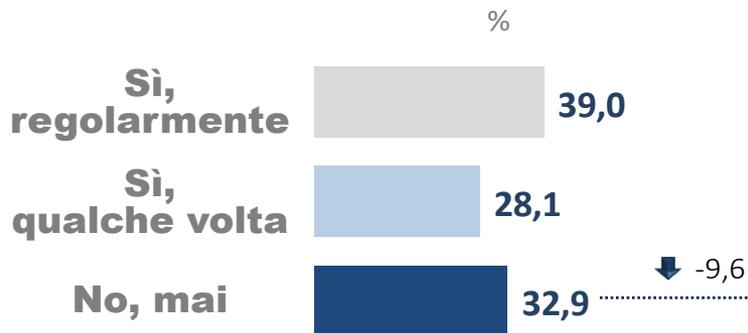


Il **64,7%** del campione
sa che AdF gestisce anche
il servizio di fognatura e depurazione
[68,2%; 1° SEM. 2022]

Utilizzo dell'acqua potabile



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



Il **65,1%** del campione sa che l'acqua erogata dal pubblico acquedotto è regolarmente controllata dall'azienda sanitaria locale

[66,4%; 1° SEM. 2022]

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



Utilizzo dell'acqua potabile



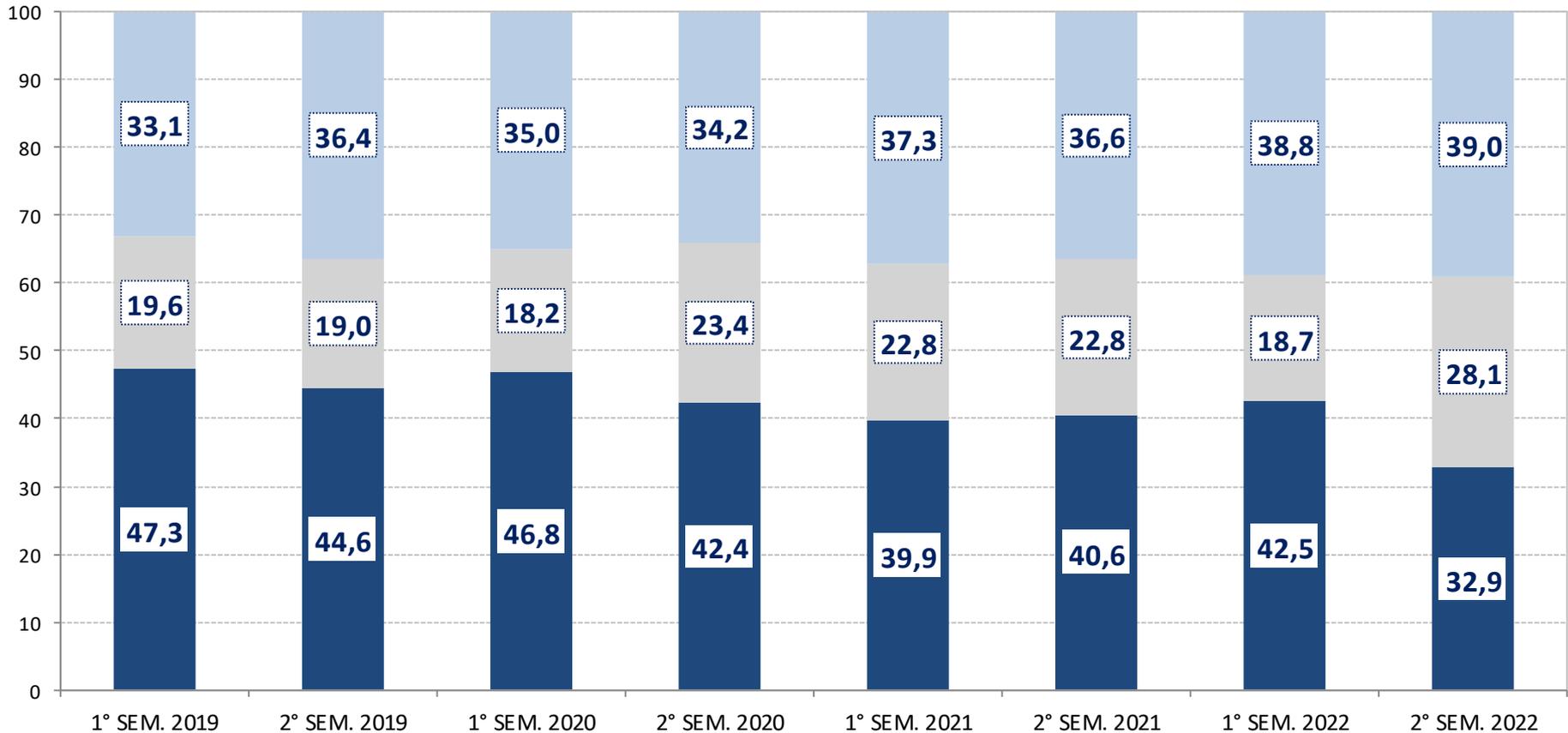
“Beve l'acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”

%

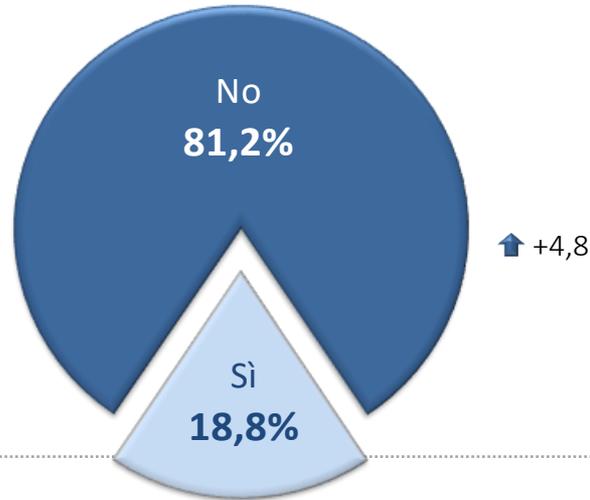
■ No, mai

■ Sì, qualche volta

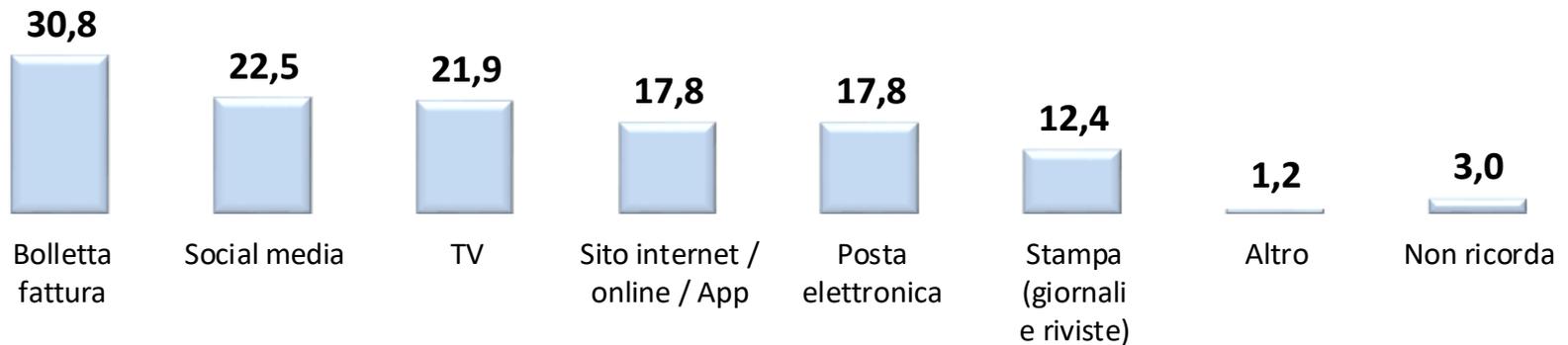
■ Sì, regolarmente



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

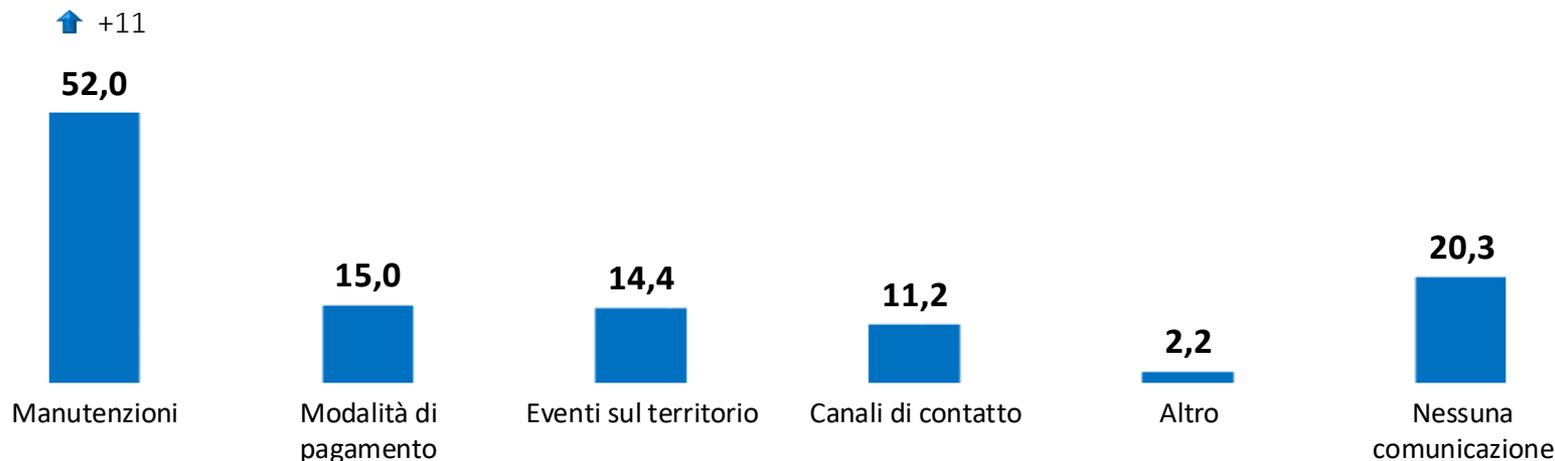


“Dove ha visto queste comunicazioni?” (risposta multipla)
%

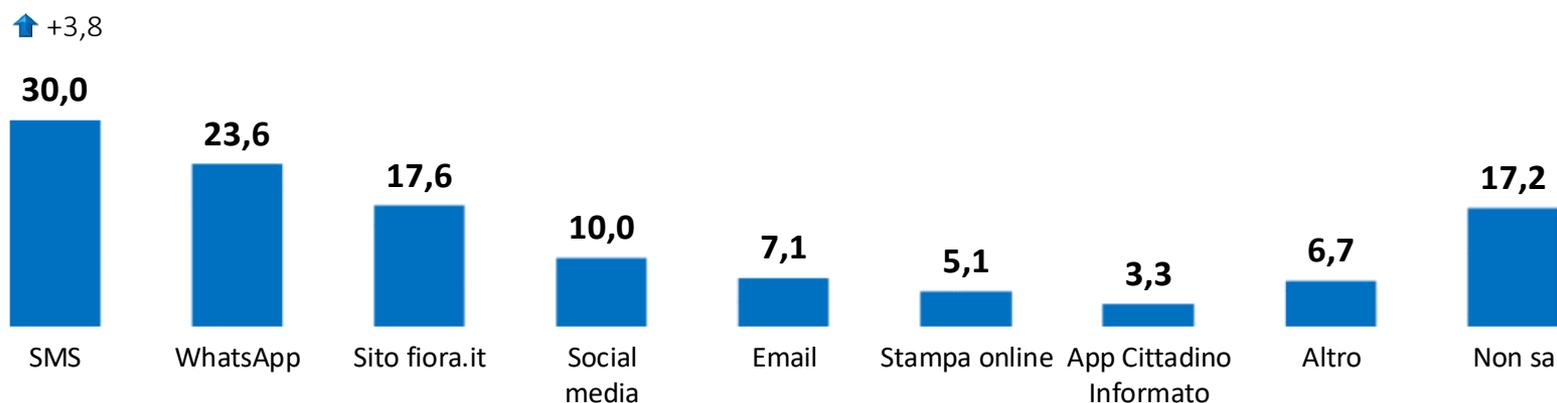


Temi e canali di comunicazione

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



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



Approfondimento parametrico

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		base	CATI (700)	CAWI (200)
SESSO	UOMO		50,0%	62,5%
	DONNA		50,0%	37,5%
ETÀ	18-44 ANNI		14,9%	8,7%
	45-54 ANNI		21,7%	15,3%
	55 + ANNI		63,3%	76,0%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE		54,2%	83,5%
	INFERIORE		45,8%	16,5%



SODDISFAZIONE		base	CATI (700)	CAWI (200)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		91,9%	84,0%
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		90,6%	84,5%
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		96,4%	89,5%
	↳ <i>Continuità del servizio</i>		94,3%	91,5%
	↳ <i>Livello di pressione</i>		94,4%	84,0%
FATTURAZIONE	voto 6-10		96,0%	84,5%
	↳ <i>Regolarità lettura contatori</i>		92,2%	79,6%
	↳ <i>Chiarezza e facilità lettura</i>		92,6%	80,5%
	↳ <i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>		93,6%	88,5%
	↳ <i>Invio regolare fatture</i>		95,4%	91,5%
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		90,9%	75,0%





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.

