

A large, dynamic splash of clear water dominates the upper half of the page, with various droplets and bubbles captured in motion against a white background. The water is a clear, light blue color.

Customer Satisfaction Servizio Idrico Integrato



Risultati secondo semestre 2023

Report realizzata da



	Pag.
Struttura della ricerca	
• Metodologia	3
• Profilo utenza e utilizzatori dei canali di contatto	5
Consumo e qualità dell'acqua dal rubinetto	6
• Consumo di acqua potabile dal rubinetto	7
• Qualità dell'acqua	8
Servizio Idrico Integrato	9
• Conoscenza protagonisti del servizio idrico	10
• Giudizio complessivo sul servizio idrico	11
• Aspetti tecnici del servizio	12
• Fatturazione	14
• Rapporto qualità/prezzo	16
Canali di Contatto/Informativi	17
• Motivazioni di contatto	18
• Canali di contatto utilizzati e soddisfazione	19
• Utilità nuovi canali di contatto	20
Canali di Contatto	21
• Numero Verde commerciale	22
• Sportello	26
Approfondimento parametrico (CATI/CAWI)	31

Il presente documento restituisce i risultati dell'indagine di **CUSTOMER SATISFACTION** rispetto al Servizio Idrico Integrato offerto dalla Società **Valle Umbra Servizi**, con riferimento al **secondo semestre 2023**.

- ❖ Le popolazioni di riferimento sono rappresentate:
 - **DAL TOTALE DELLE UTENZE DIRETTE O GESTITE CON CONTRATTO CONDOMINIALE PRESENTI NEI COMUNI RICADENTI NELLE AREE TERRITORIALI GESTITE DALLA SOCIETÀ (DIPARTIMENTO FOLIGNO, SPOLETO E VALNERINA),**
 - **DAI CLIENTI CHE NEL PERIODO PRECEDENTE LA RILEVAZIONE HANNO CONTATTATO LA SOCIETÀ PER SEGNALAZIONI O RICHIESTE TRAMITE IL NUMERO VERDE O RECANDOSI ALLO SPORTELLO.**
- ❖ Il campione generale e di clienti utilizzatori dei canali di contatto sono stati estratti casualmente dagli elenchi forniti dalla società.
- ❖ La raccolta dei dati è avvenuta a dicembre 2023 in modalità:
 - esclusivamente **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 rivolta all'utenza generale.
- ❖ Hanno partecipato complessivamente alle indagini **1.200 clienti della società**
- ❖ 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.

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

- ❖ **1000** interviste rivolte all'utenza generale, 799 realizzate in modalità CATI e 201 CAWI, nello specifico:
 - **631** Clienti domestici residenti
 - **188** Clienti domestici non residenti
 - **132** Clienti extradomestici
 - **49** Utenti condominiali

- ❖ **100** interviste rivolte a clienti che **hanno chiamato il Numero Verde Commerciale (call back NV Commerciale)**

- ❖ **100** interviste rivolte a un campione di clienti che **si sono recati presso gli sportelli (call back sportelli fisici)**

- *Il margine di errore statistico sulle singole informazioni rilevate sul campione generale di 1000 casi è pari a +/- 3,1 punti percentuali, al 95% di probabilità.*

%	UTENZA GENERALE	NUMERO VERDE COMMERCIALE	SPORTELLO
UOMO	56,0	46,0	49,0
DONNA	44,0	54,0	51,0
18-34 ANNI	3,1	4,1	3,1
35-44 ANNI	16,5	23,5	26,8
45-54 ANNI	26,5	27,6	33,0
55-64 ANNI	22,9	24,5	18,6
65 + ANNI	30,9	20,4	18,6
ISTRUZIONE SUPERIORE	80,2	67,3	91,8
ISTRUZIONE INFERIORE	19,8	32,7	8,2
LAVORATORE DIPENDENTE	41,5	43,9	55,6
LAVORATORE AUTONOMO	16,9	15,3	9,1
DISOCCUPATO – IN CERCA	0,5	0,0	0,0
PENSIONATO	27,8	22,4	17,2
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	13,3	18,4	18,2

A high-speed photograph of water splashing, creating a large, dynamic splash at the top and several smaller droplets falling below. The water is clear and bright, with a light blue tint. The background is white.

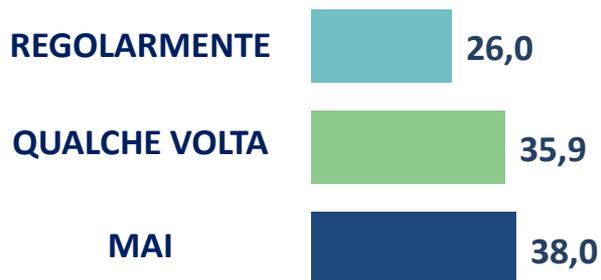
Consumo e qualità dell'acqua dal rubinetto

Consumo di acqua potabile dal rubinetto



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

%

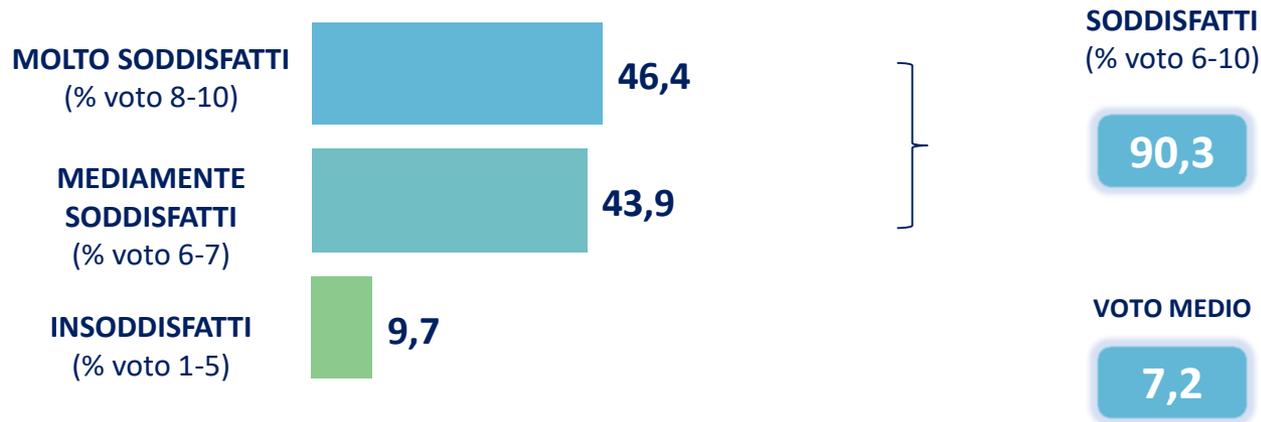


“Perché non beve mai l'acqua del rubinetto?” (risposta multipla)

%



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



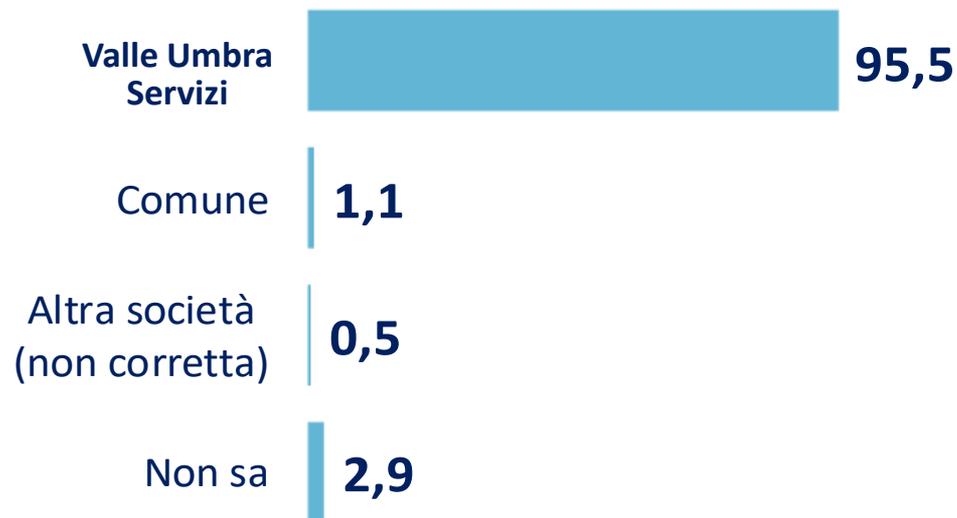
A dynamic splash of water in shades of blue and white, with various droplets and bubbles captured in motion against a white background. The water appears to be falling from the top right towards the bottom left, creating a sense of movement and freshness.

Servizio Idrico Integrato

- Protagonisti del servizio idrico
- Giudizio complessivo
- Aspetti tecnici
- Fatturazione
- Rapporto qualità prezzo
- Aspettative sul servizio

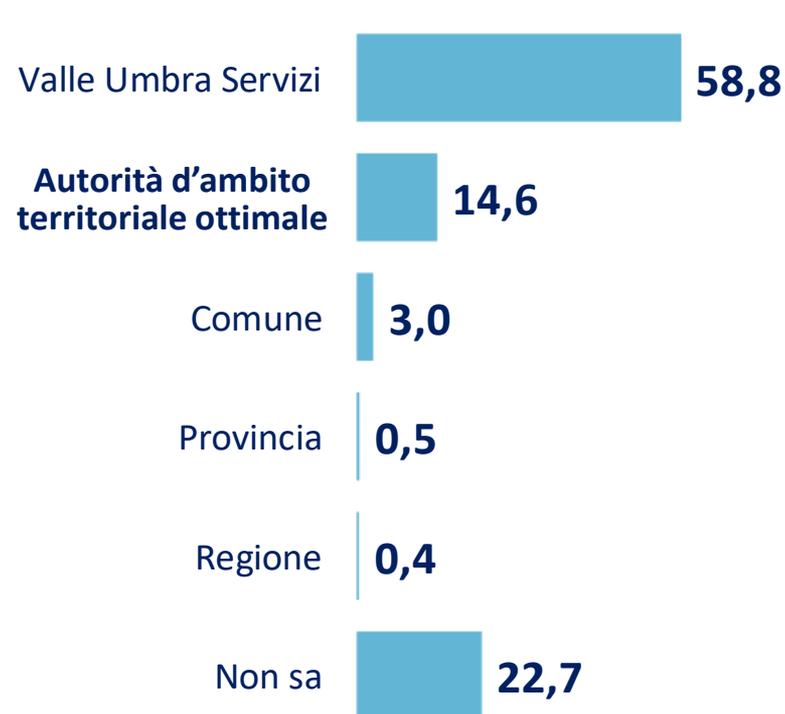
“Sa indicarmi il nome dell’azienda o ente che eroga l’acqua potabile nel suo Comune?” (risposta spontanea)

%

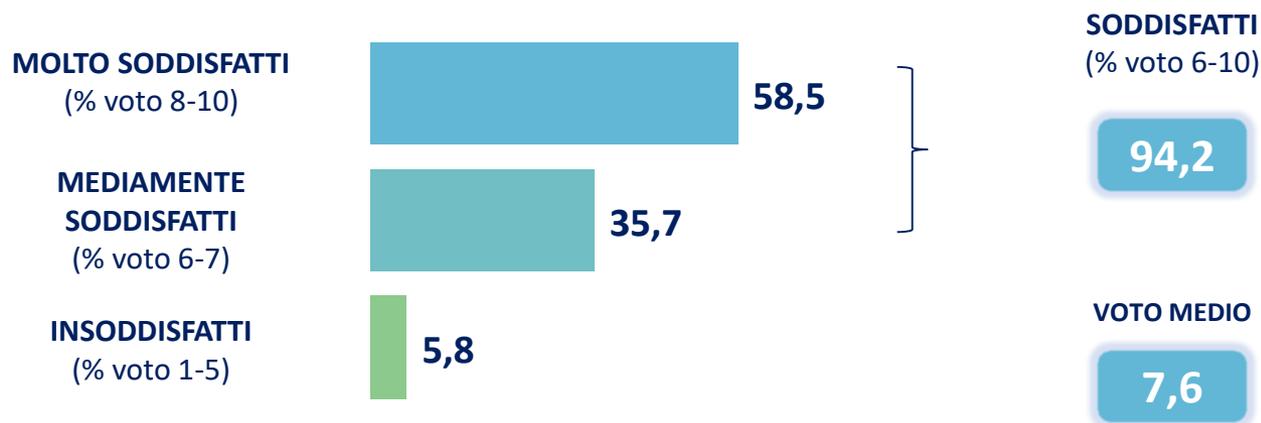


“Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?” (risposta spontanea)

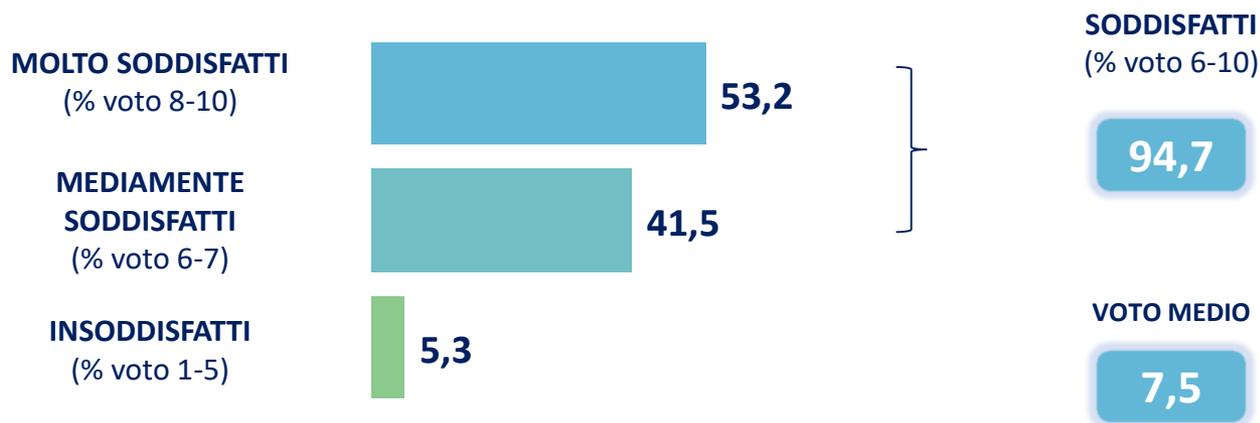
%



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



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



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

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

CONTINUITÀ
DEL SERVIZIO



92,3

7,5

73,0

LIVELLO DI
PRESSIONE ACQUA

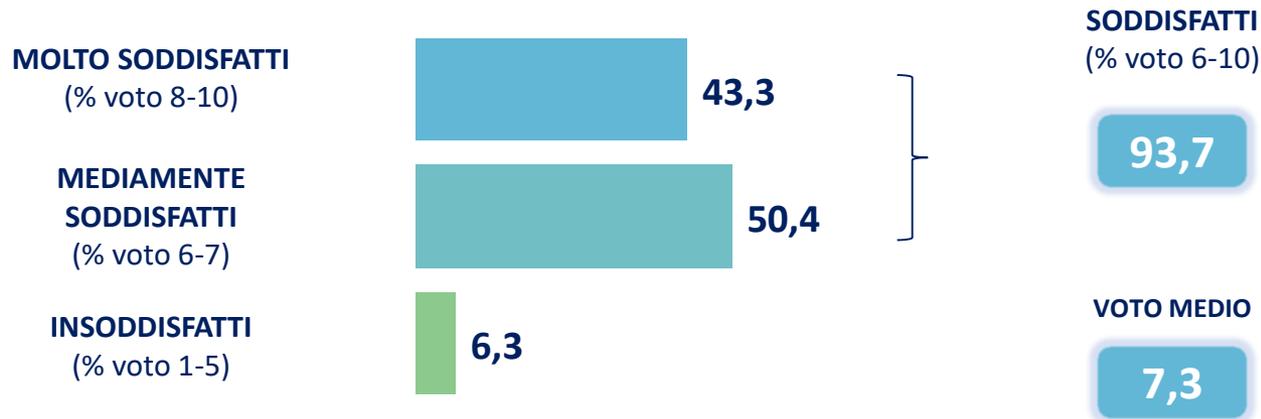


91,1

7,4

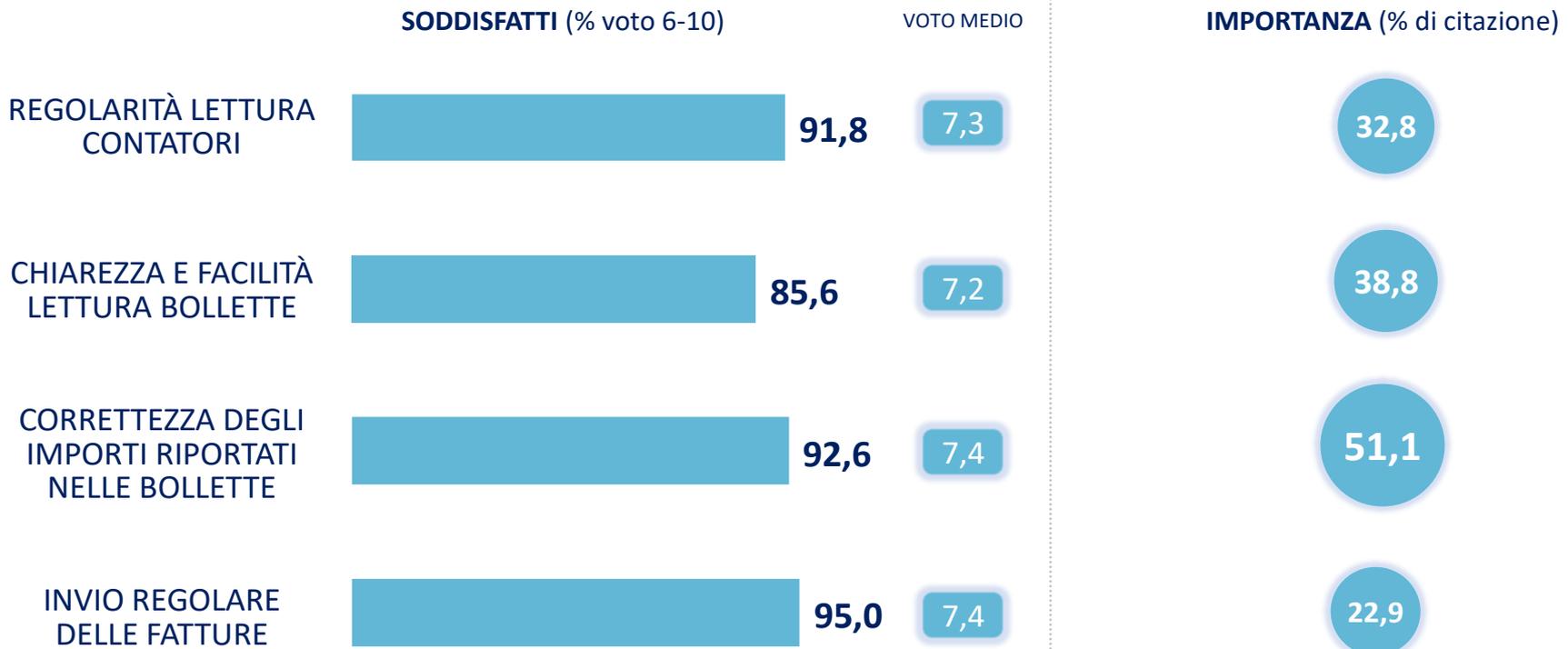
27,0

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

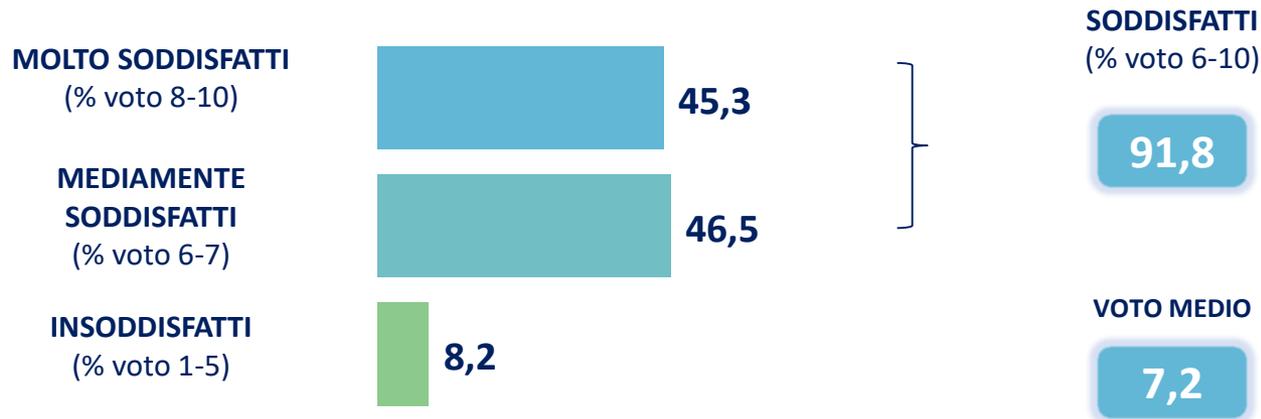


“Per ognuno degli aspetti, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]

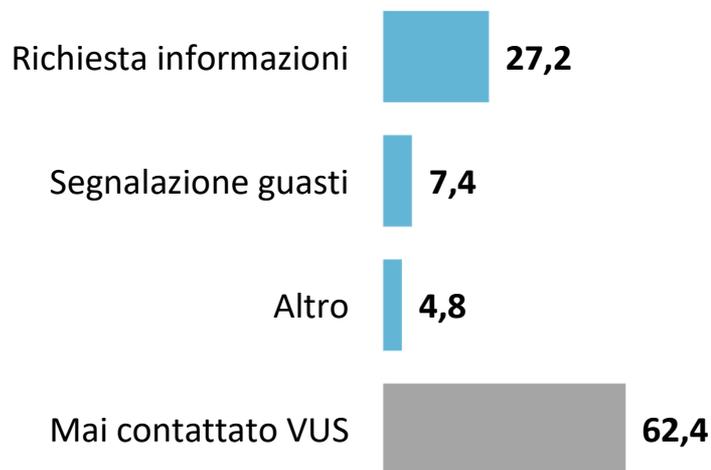
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)



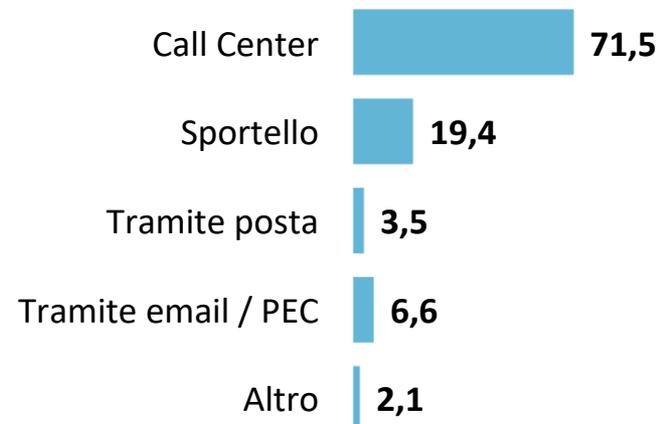
“Pensando complessivamente alla qualità del servizio offerto rispetto al costo sostenuto, che voto dà a Valle Umbra Servizi?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



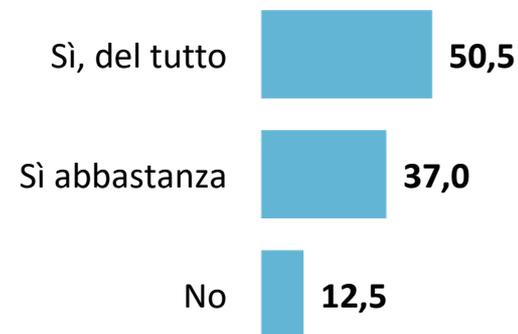
“Negli ultimi 6 mesi le è capitato di contattare Valle Umbra Servizi? Se sì, per quali motivi?”
(risposta multipla)
%



“Attraverso quale/i canale/i è entrato in contatto con Valle Umbra Servizi?” (risposta multipla)
%

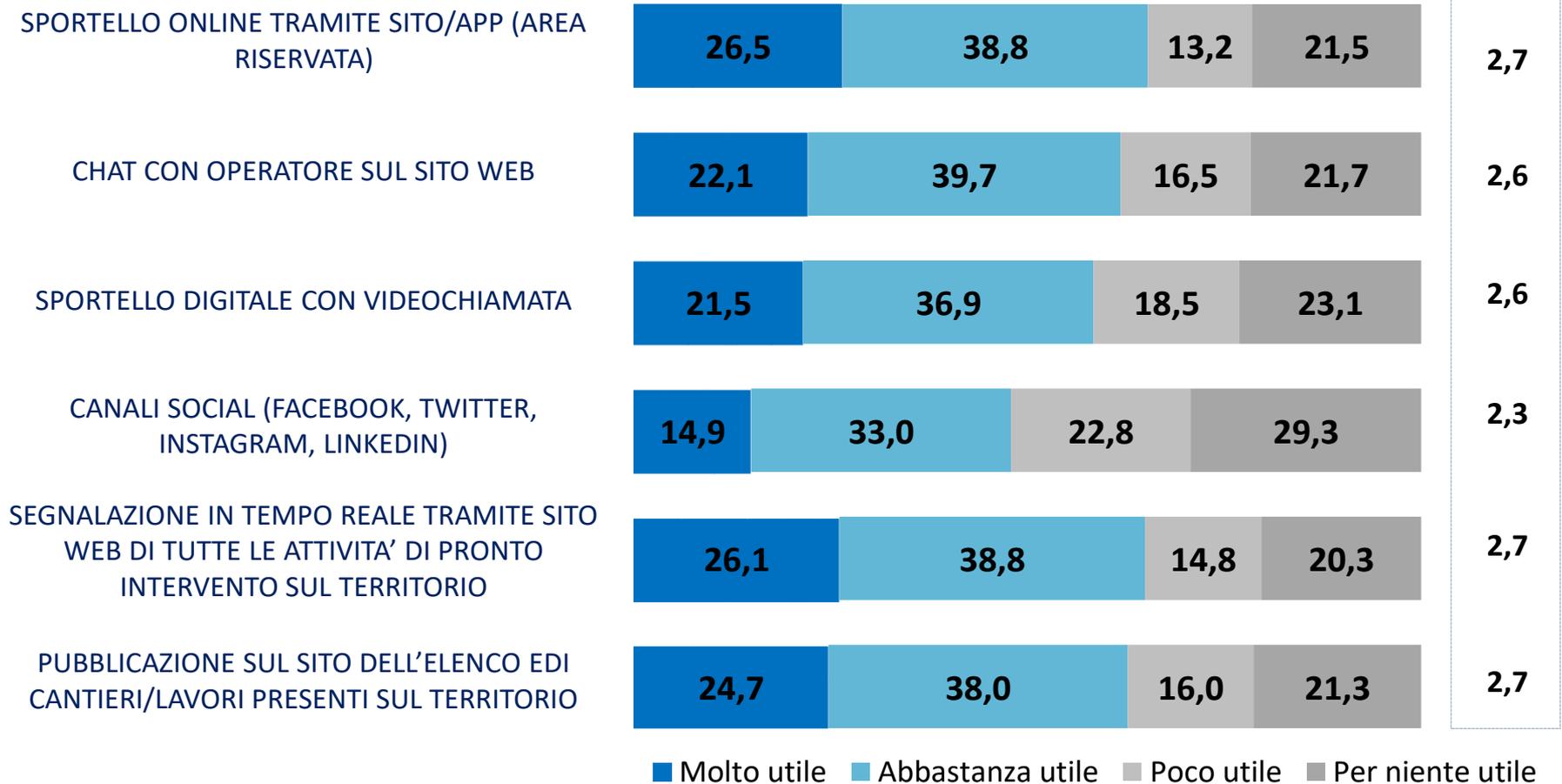


“Secondo Lei, il servizio ricevuto è stato soddisfacente?”
%



“Quanto ritiene utili i seguenti canali di contatto e informativi che Valle Umbra Servizi potrebbe mettere a disposizione della clientela?”

%



*conversione 5 (molto) - 1 (per niente)

A dynamic splash of water in shades of blue and white, with various droplets and bubbles, set against a white background. The water is captured in mid-air, creating a sense of movement and freshness.

Canali di Contatto

- Call Back Numero Verde Commerciale
- Call Back Sportello

Dove ha reperito il NV?

BOLLETTA



62,0%

SITO INTERNET



35,0%

Linea subito libera 69,0%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **91,9%**

chiamata successiva **8,1%**

*“Restava a lungo in attesa”
“Problema irrisolto”*

altro canale contattato **4,0%**

Il 50,0% ha tentato di risolvere il problema tramite lo sportello fisico

Principali motivi di chiamata

- Informazioni su servizi erogati, pareri, orari sportelli etc. 22,0%
- Subentro / Voltura 19,0%
- Spiegazione bollette, modalità di pagamento, duplicati 19,0%
- Comunicazioni di dati relativi a fatture, autoletture 10,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

12 RISPOSTE

- del tutto 33,3%
- abbastanza 58,3%

Durata della chiamata



- meno di 2' 23,0%
- tra 2' e 5' 46,0%
- tra 5' e 10' 28,0%



Risolve del tutto la richiesta **90,0%**

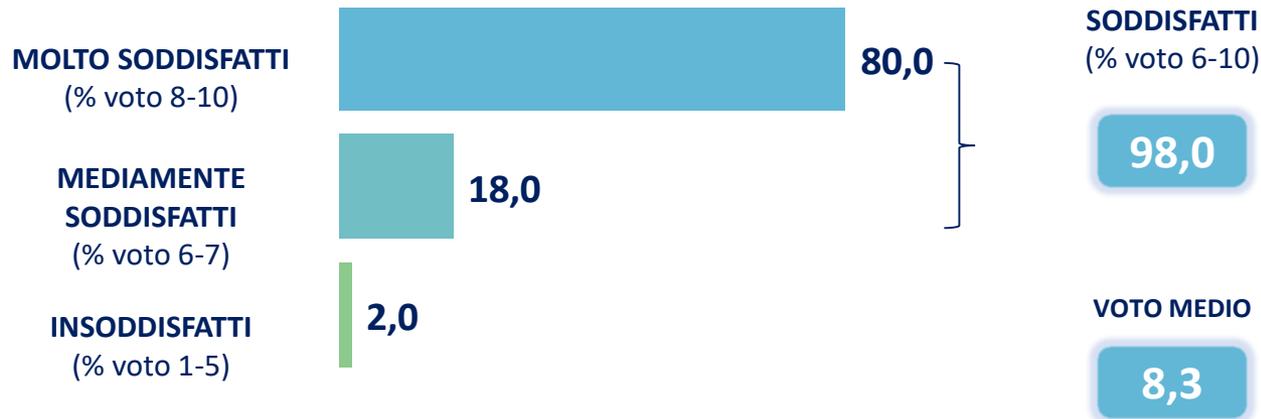


Risolve in parte, perché... **5,0%**



*“Deve attendere una chiamata dell'azienda”
“Deve recarsi di persona presso lo sportello”
“Deve fare dei pagamenti per dar corso alla pratica”*

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto telefonando al Numero Verde, che voto dà a Valle Umbra Servizi?”
[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)

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

FACILITÀ DI SEGUIRE
IL RISPONDITORE
AUTOMATICO



99,0

8,4

13,0

TEMPI DI ATTESA



99,0

8,2

14,0

COMPETENZA
DELL'OPERATORE



98,0

8,3

47,0

CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



99,0

8,5

28,0

CHIAREZZA INFORMAZIONI
FORNITE DALL'OPERATORE



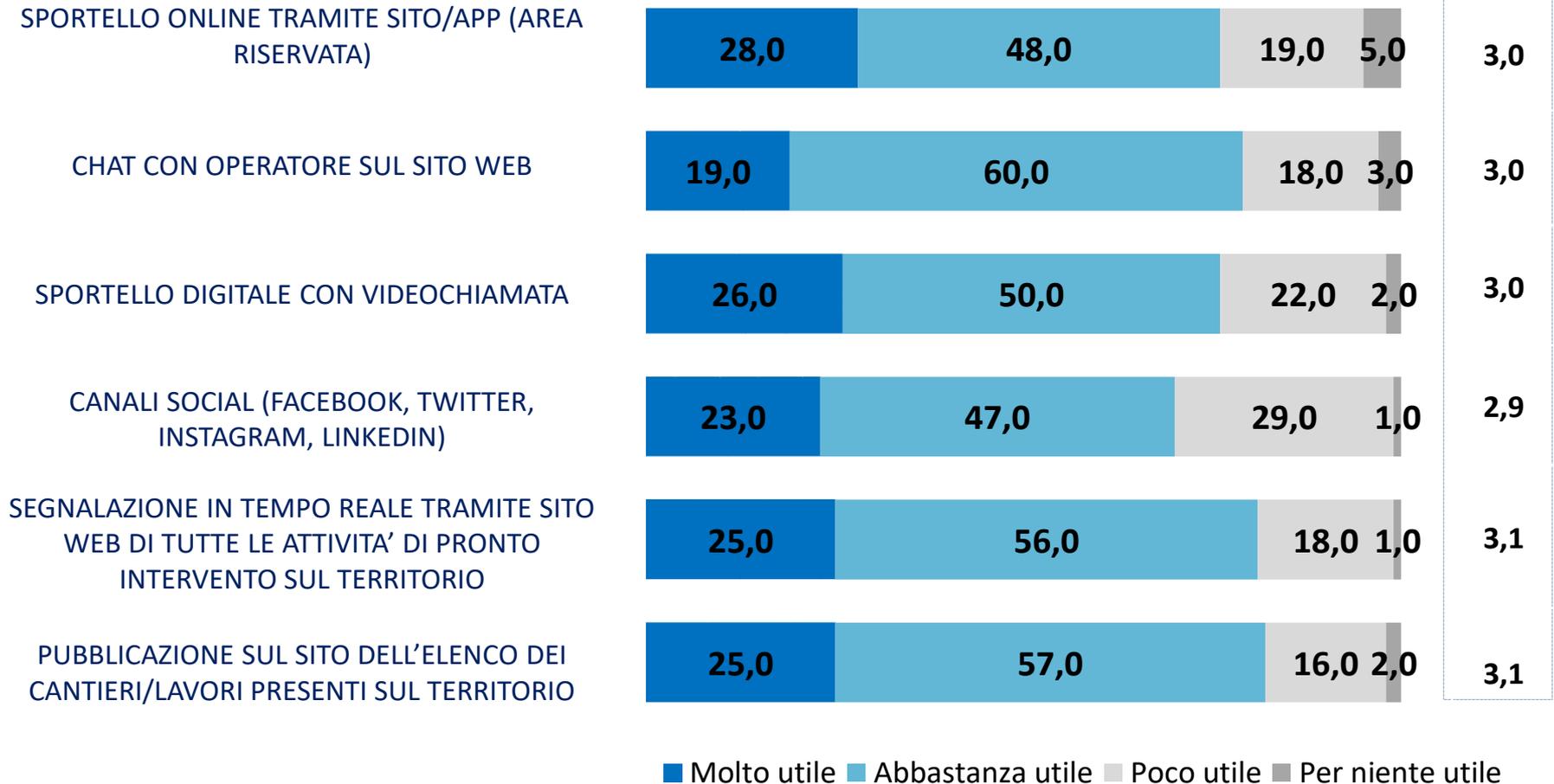
98,0

8,3

34,0

“Quanto ritiene utili i seguenti canali di contatto e informativi che Valle Umbra Servizi potrebbe mettere a disposizione della clientela?”

%



*conversione 5 (molto) - 1 (per niente)



Tempi di attesa

prima di parlare con l'operatore

- meno di 15' 32,0%
- tra 15' e 40' 64,0%
- oltre 40' 4,0%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a visita **92,0%**

visita successiva **8,0%**

altro canale contattato **6,0%**

*"Restavo a lungo in attesa"
"Non era presente l'operatore informato"
"Problema irrisolto"*

Il 66,7% ha tentato di risolvere il problema tramite il Numero Verde

Principali motivi di visita

- Subentro / Voltura 53,0%
- Cessazione di contratto 29,0%
- Richiesta nuovo contratto / attivazione 4,0%
- Modifica dati anagrafici 4,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti

16 RISPOSTE

- del tutto 68,8%
- abbastanza 31,2%

Permanenza allo sportello



- Meno di 5' 9,0%
- tra 5' e 15' 71,0%
- tra 15' e 40' 18,0%



Risolve del tutto la richiesta **97,0%**

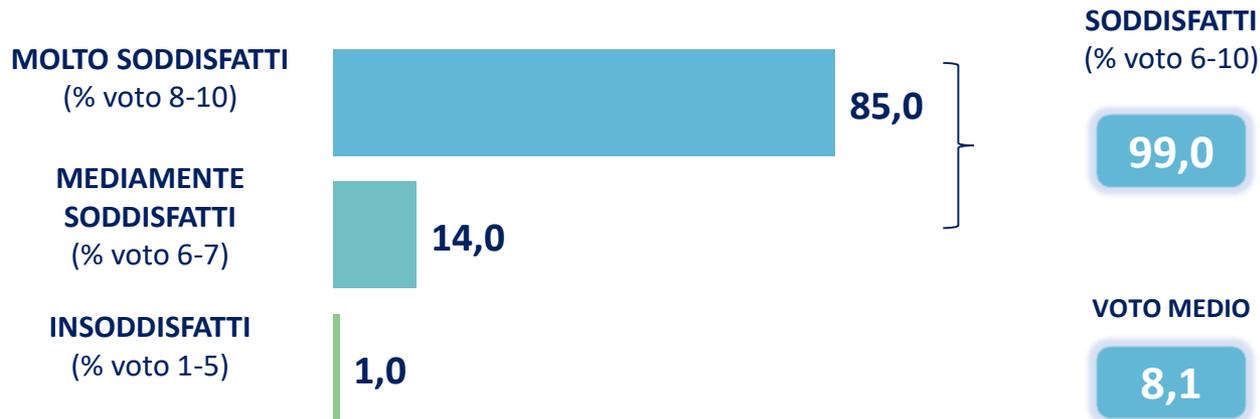


Risolve in parte, perché... **3,0%**



*"Presentare della documentazione mancante"
"Deve attendere una chiamata dell'azienda"*

“Considerando complessivamente il servizio ricevuto presso lo sportello, che voto dà a Valle Umbra Servizi?”
[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 3 risposte)

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

IMPORTANZA (% di citazione)

ORARI DI APERTURA
DELLO SPORTELLO



95,0

7,9

20,0

TEMPI DI ATTESA



96,0

8,0

32,0

TEMPI DI GESTIONE
DELL'OPERATORE



97,0

8,1

14,0

COMPETENZA
DELL'OPERATORE



96,0

8,1

35,0

CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



97,0

8,1

22,0

CHIAREZZA DELLE
INFORMAZIONI FORNITE
DALL'OPERATORE



95,0

8,0

29,0

ACCOGLIENZA / COMFORT
DEI LOCALI



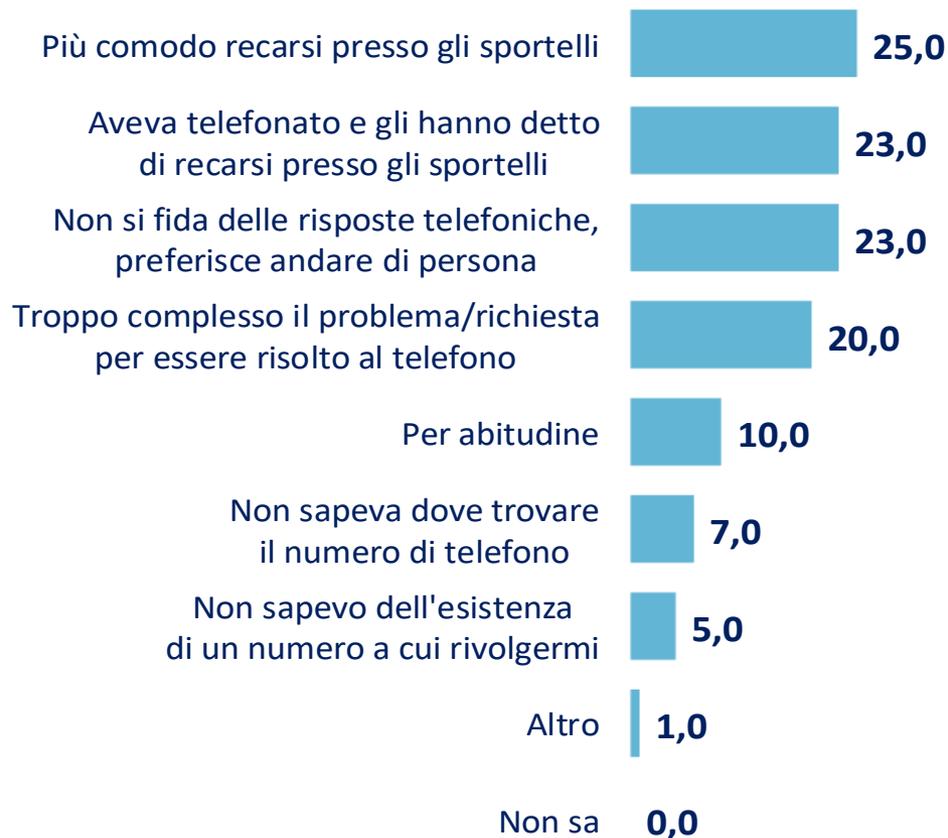
97,0

8,1

13,0

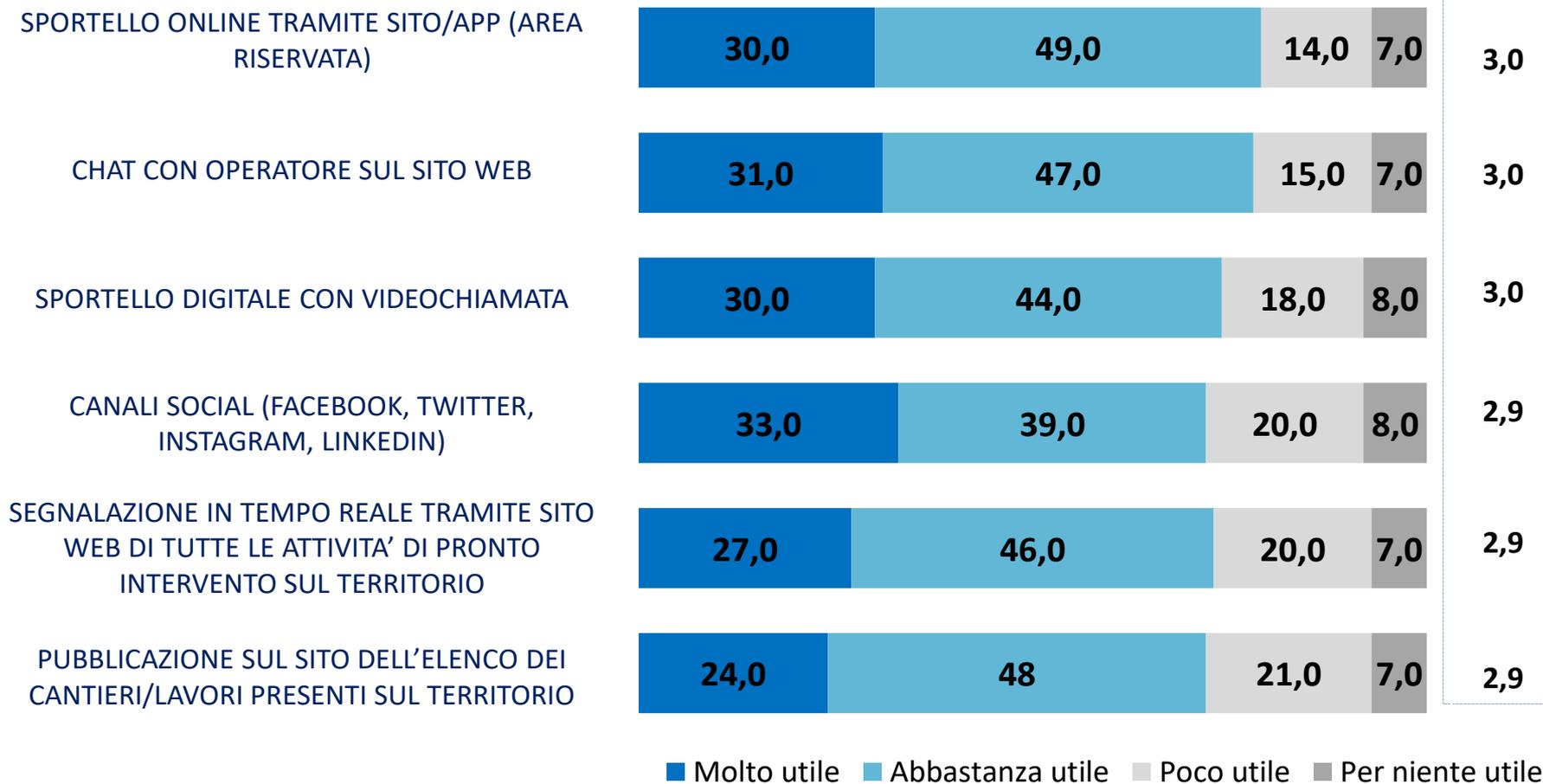
“Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli sportelli di Valle Umbra Servizi invece che contattare il Numero Verde?”
(risposta multipla)

%



“Quanto ritiene utili i seguenti canali di contatto e informativi che Valle Umbra Servizi potrebbe mettere a disposizione della clientela?”

%



*conversione 5 (molto) - 1 (per niente)

A dynamic splash of water in shades of light blue and white, with various droplets and bubbles captured in motion against a white background. The water appears to be falling from the top right towards the bottom left.

Approfondimento parametrico CATI/CAWI

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		base	CATI (799)	CAWI (201)
SESSO	UOMO		54,6%	61,7%
	DONNA		45,4%	38,3%
ETÀ	18-44 ANNI		22,6%	8,1%
	45-54 ANNI		28,2%	19,8%
	55 + ANNI		49,2%	72,1%
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE		77,3%	91,3%
	INFERIORE		22,7%	8,7%

SODDISFAZIONE		base	CATI (799)	CAWI (201)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		97,6%	80,6%
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		93,6%	77,1%
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		96,9%	86,1%
	<i>Continuità del servizio</i>		93,2%	88,6%
	<i>Livello di pressione</i>		93,4%	82,1%
FATTURAZIONE	voto 6-10		97,5%	79,4%
	<i>Regolarità lettura contatori</i>		97,2%	70,5%
	<i>Chiarezza e facilità lettura</i>		90,9%	66,3%
	<i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>		96,6%	77,9%
	<i>Invio regolare fatture</i>		97,0%	87,4%
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		96,6%	72,6%



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
50134 Firenze
055 470374

Milano
Viale Brianza, 24
20127 Milano
06 89924900

