

Indagine di Customer Satisfaction sul Servizio Idrico Integrato

Risultati 2025

Metodologia	3
Consumo e qualità dell'acqua dal rubinetto	8
• Consumo di acqua potabile dal rubinetto	9
• Qualità dell'acqua	10
Servizio Idrico Integrato	11
• Conoscenza protagonisti del servizio idrico	12
• Giudizio complessivo sul servizio idrico	13
• Aspetti tecnici del servizio	14
• Fatturazione	16
• Rapporto qualità/prezzo	17
Canali di Contatto/Informativi	19
• Utilizzo e soddisfazione	20
• Utilità dei nuovi canali	21
• DIGIVUS	22
• VUSINFORMA	23
• Sito Web	24
Call back Canali di Contatto	28
• Numero Verde commerciale	29
• Sportello	33
Approfondimento parametrico (CATI/CAWI)	38

Metodologia

- Target e metodo di raccolta dei dati
- Numerosità campionaria
- Nota tecnica sulla misurazione della soddisfazione
- Profilo utenza e utilizzatori dei canali di contatto

Target e metodo di raccolta dei dati

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 **2025**.

- ❖ 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 SPORTELLLO.**
- ❖ 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 nel mese di gennaio 2026 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.

Numerosità campionaria

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

- ❖ **1000** interviste rivolte all'utenza generale, 800 realizzate in modalità CATI e 200 CAWI, nello specifico:
 - **752** Clienti domestici residenti
 - **102** Clienti domestici non residenti
 - **130** Clienti extradomestici
 - **16** 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.*

Nota Tecnica sulla misurazione della soddisfazione

Tre livelli di misurazione con voto da 1 a 10 (1= pessimo e 10= ottimo):

1. GIUDIZIO COMPLESSIVO dell'utente sul servizio fornito da Valle Umbra Servizi
2. GIUDIZIO SULLE AREE/FATTORI che costituiscono il servizio (es. qualità dell'acqua)
3. GIUDIZIO SUI MICRO FATTORI che costituiscono l'area o fattore (es. limpidezza....)

Le valutazioni ottenute consentono di suddividere l'utenza in:



Insoddisfatti: voto da 1 a 5

Abbastanza Soddisfatti: voto da 6 a 7

Molto Soddisfatti: voto da 8 a 10

L'indicatore di qualità percepita è rappresentato dalla quota di utenti Soddisfatti (voto 6-10) e in modo sintetico dal valore medio delle valutazioni fornite.

Consumo e qualità dell'acqua dal rubinetto

- Consumo di acqua potabile dal rubinetto
- Qualità dell'acqua

Consumo di acqua potabile dal rubinetto

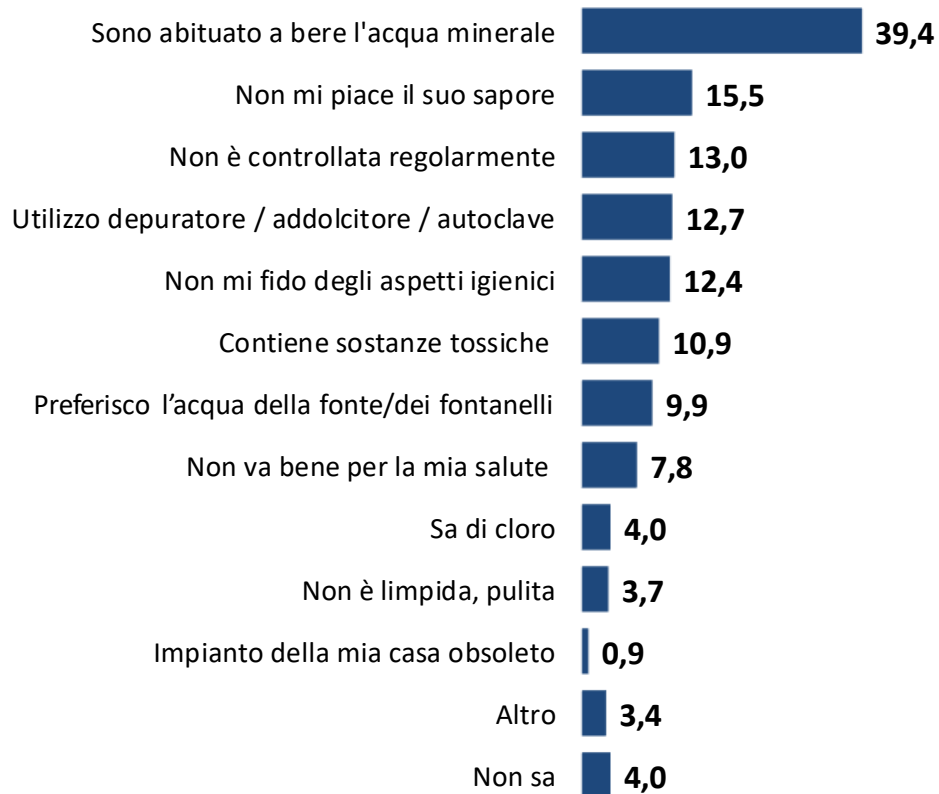
“Beve l’acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”

%



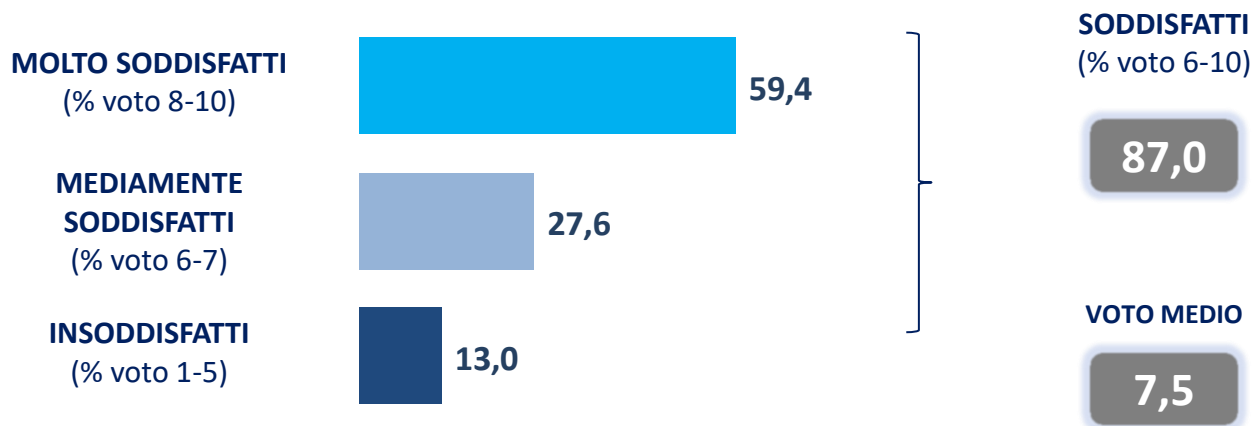
“Perché non beve mai l'acqua del rubinetto?” (risposta multipla)

%



Qualità dell'acqua

“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]



Servizio Idrico Integrato

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

Conoscenza protagonisti servizio idrico

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

**Valle Umbra
Servizi**



98,1

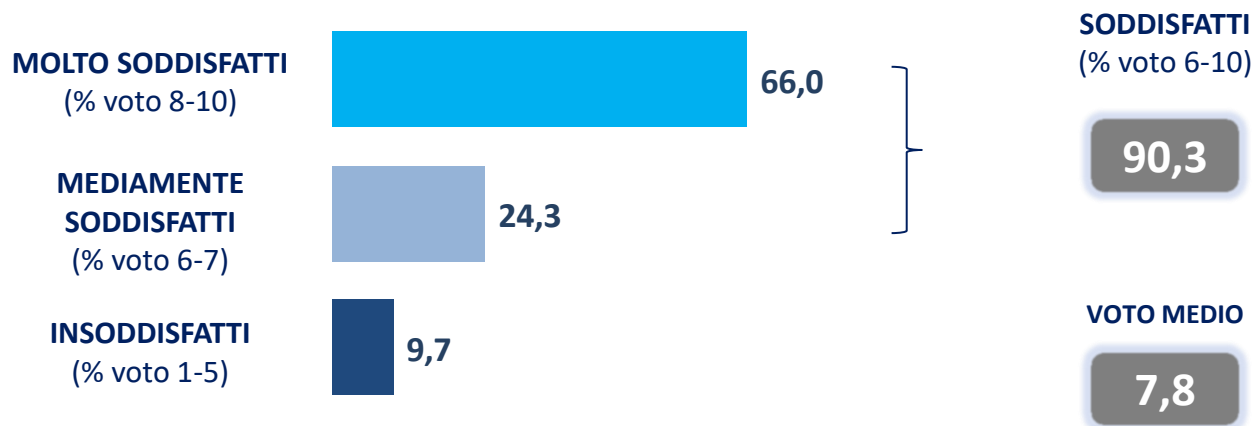
Non sa



1,5

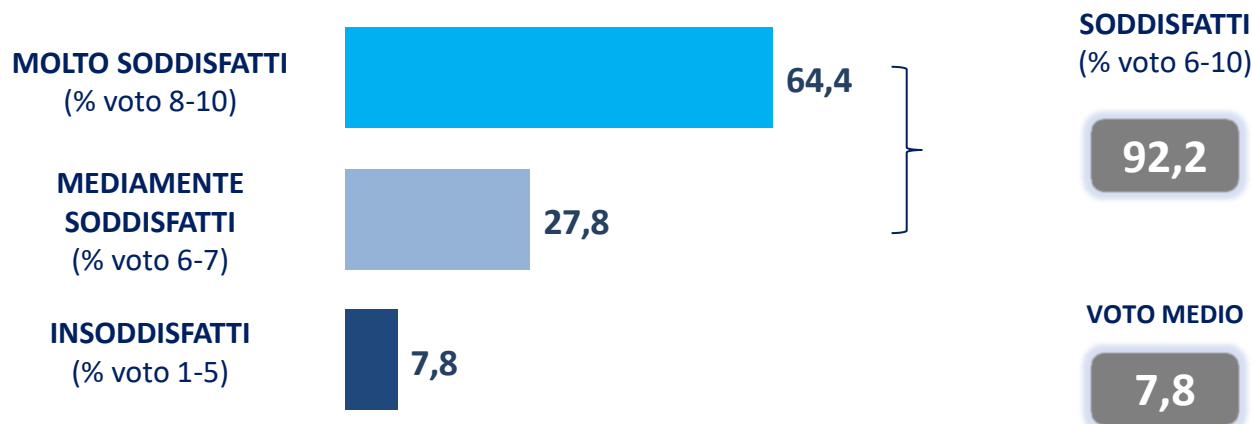
Giudizio complessivo sul servizio idrico

“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]



Aspetti tecnici del servizio

“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]



Aspetti tecnici - indicatori di performance

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

Continuità del servizio



91,6

7,8

Livello di pressione acqua



88,9

7,6

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

IMPORTANZA (% di citazione)

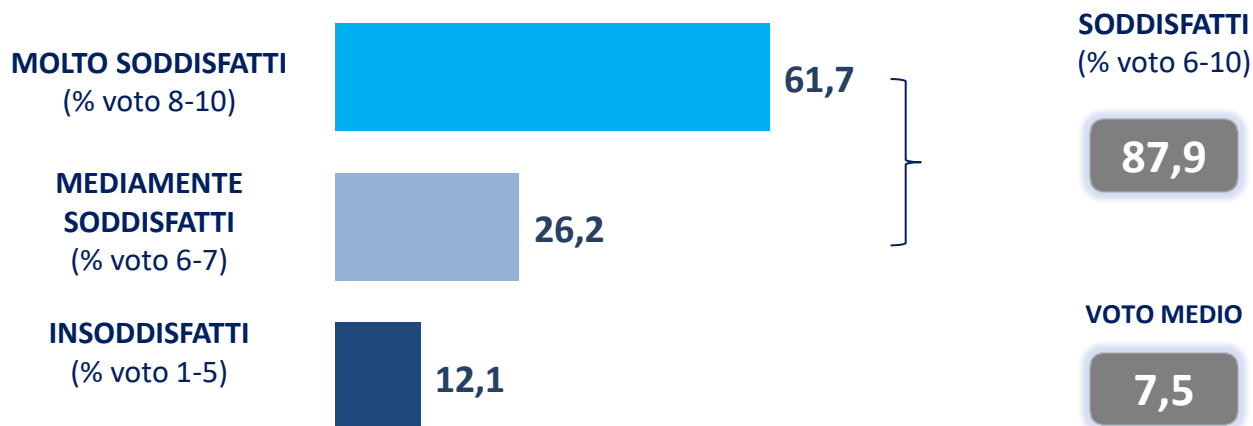


55,4



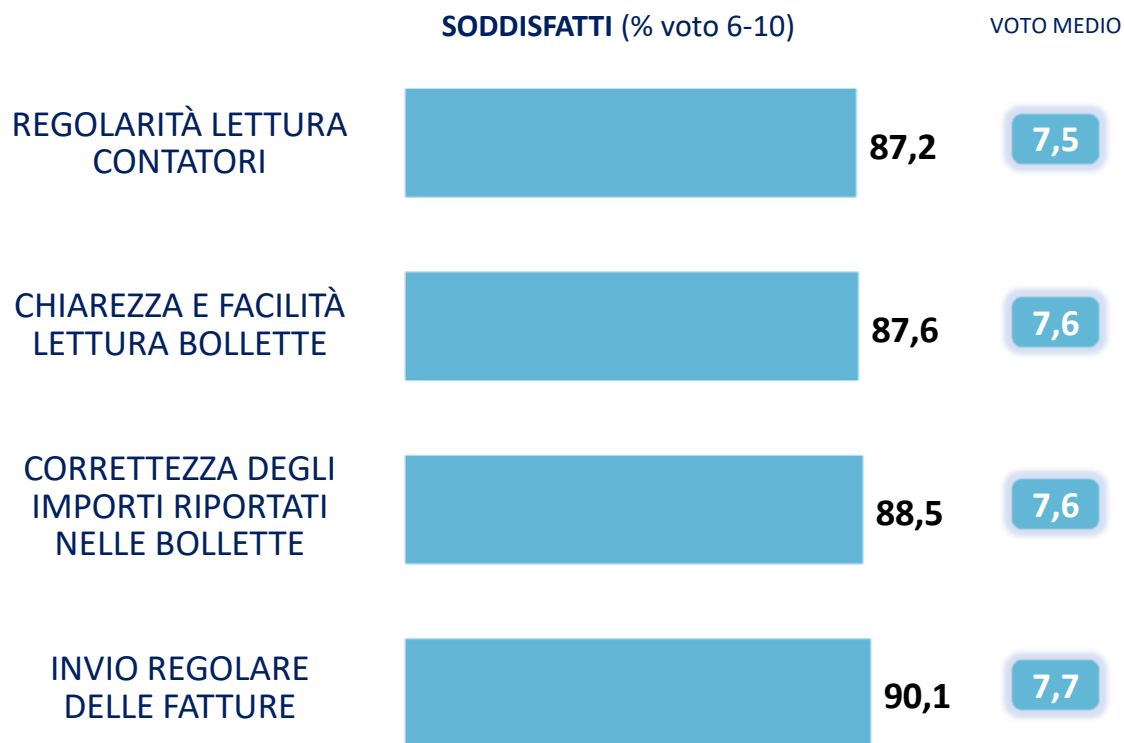
44,6

“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]



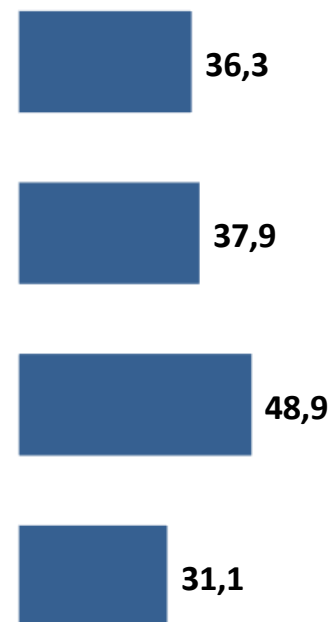
Fatturazione - indicatori di performance

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



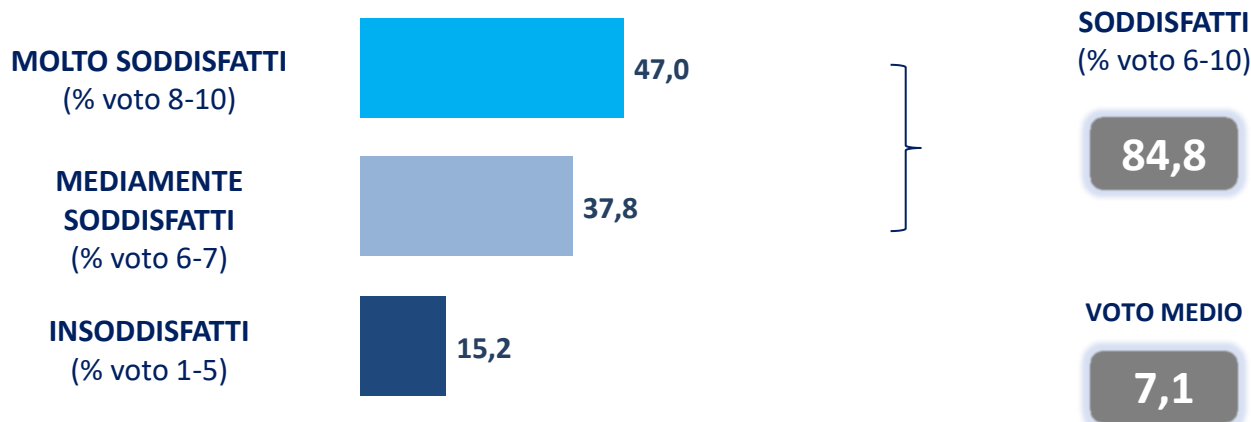
“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)

IMPORTANZA (% di citazione)



Rapporto qualità prezzo

“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]

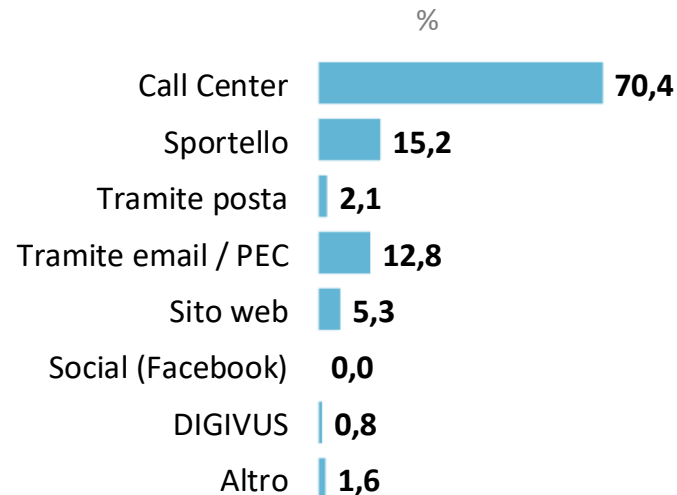


Canali di Contatto/informativi

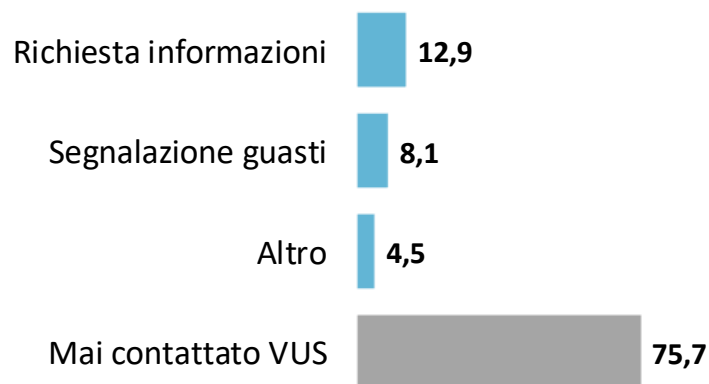
- Utilizzo e soddisfazione
- Utilità nuovi canali
- DIGIVUS
- VUSINFORMA
- Sito Web

Canali di contatto - utilizzo e soddisfazione

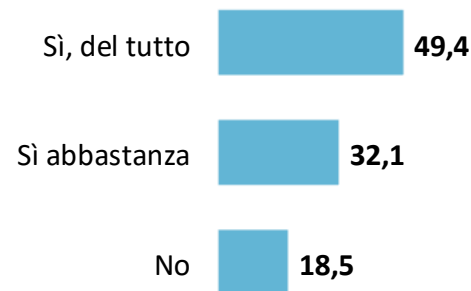
“Attraverso quale/i canale/i è entrato in contatto con Valle Umbra Servizi?” (risposta multipla)
%



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

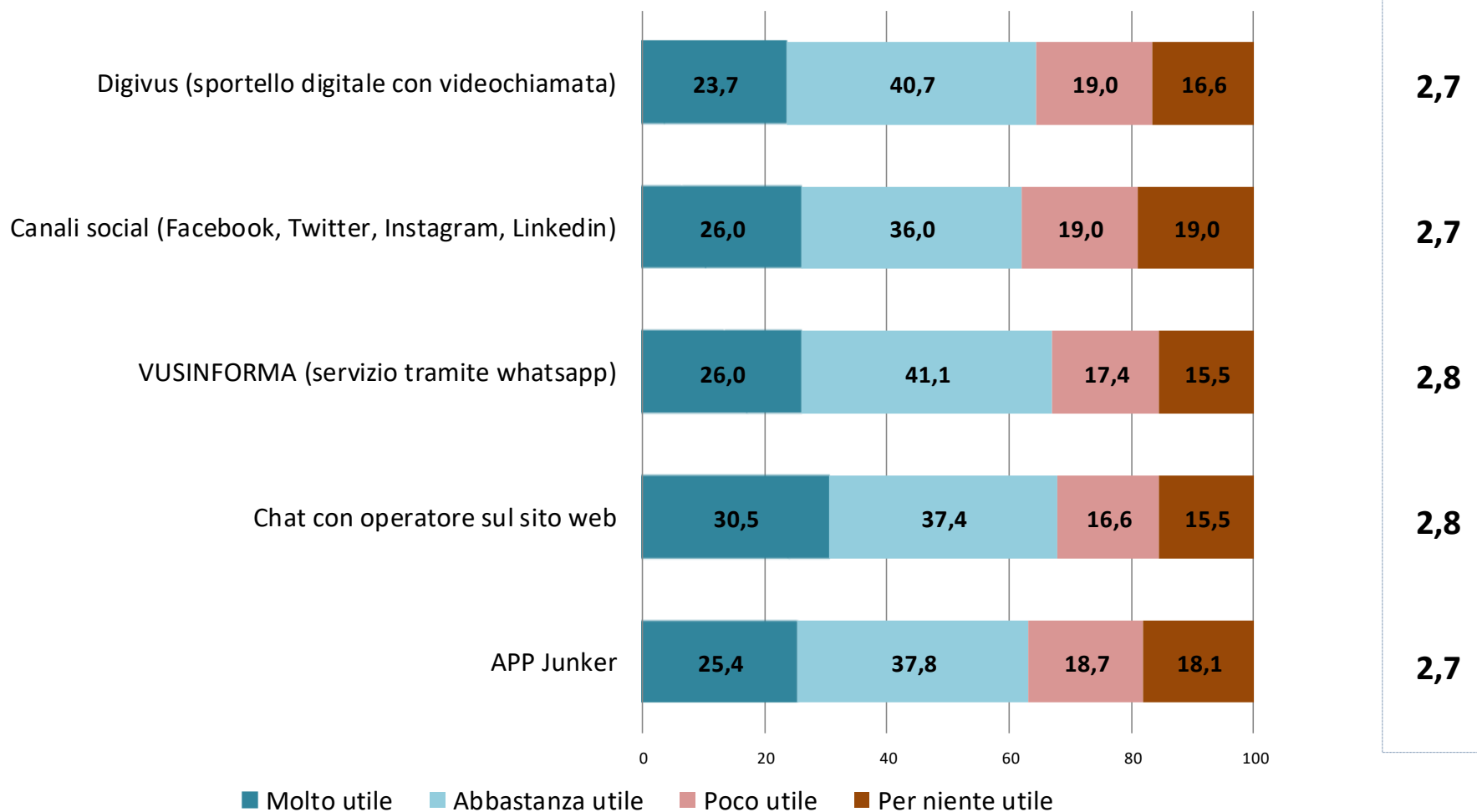


“Secondo Lei, il servizio ricevuto è stato soddisfacente?”
%



Canali di contatto – utilità nuovi canali

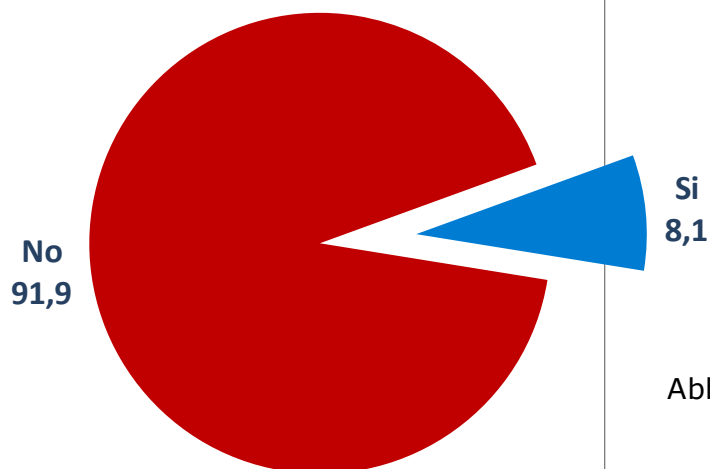
“Quanto ritiene utili i seguenti canali di contatto e informativi che Valle Umbra Servizi potrebbe mettere a disposizione della clientela?”



*conversione 4 (molto) - 1 (per niente)

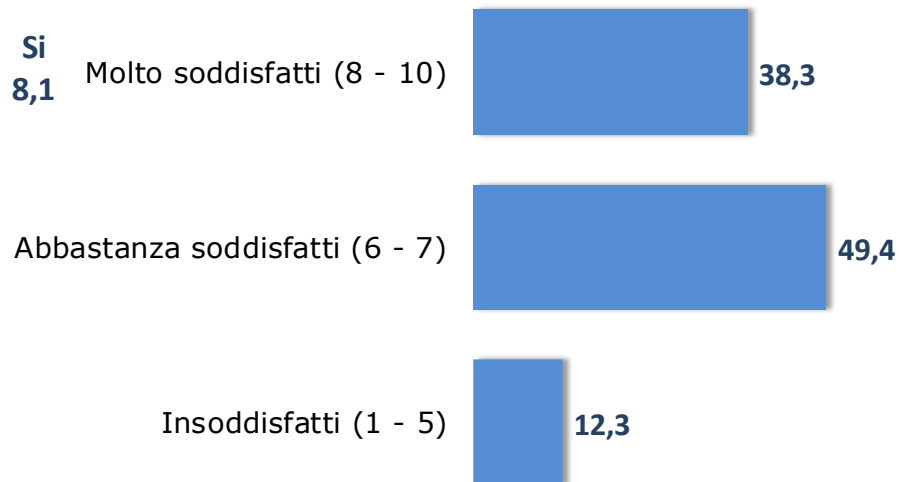
AREA RISERVATA H2O – Utilizzo e valutazione

“Ha mai utilizzato l’Area Riservata H2O?”



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

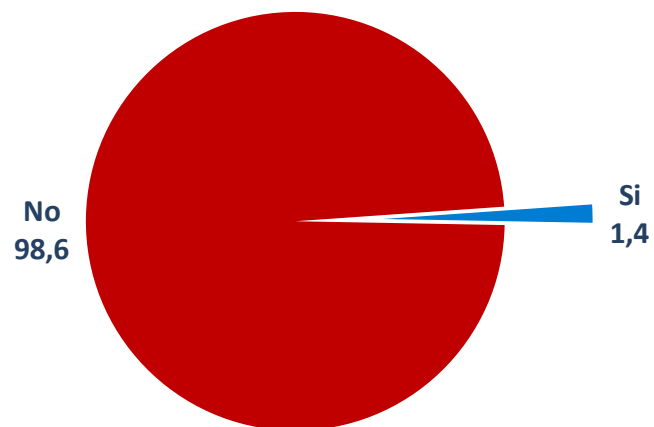
“Quanto è rimasto soddisfatto complessivamente del portale dell’Area Riservata H2O?”



Base = UTENTI H2O

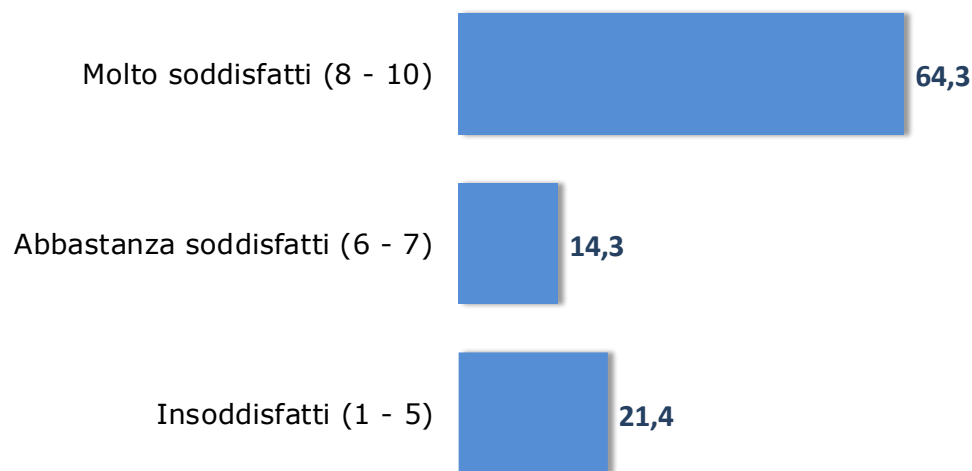
DIGIVUS – Utilizzo e valutazione

“Ha mai utilizzato DIGIVUS, lo sportello IDRICO digitale con videochiamata?”



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

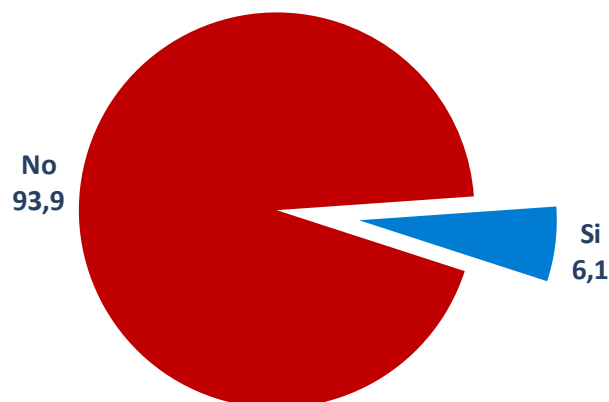
“Quanto è rimasto soddisfatto complessivamente del servizio di videochiamata DIGIVUS?”



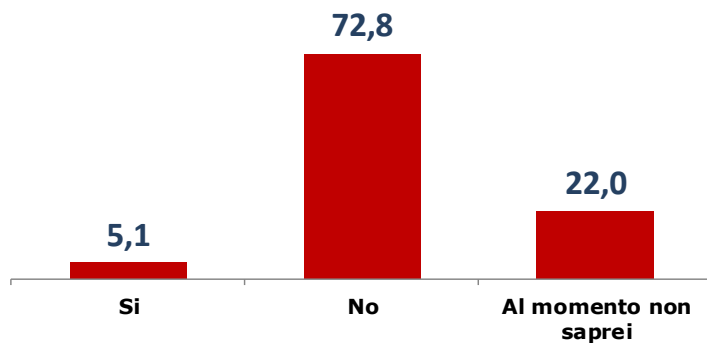
Base = UTENTI DIGIVUS

VUSINFORMA – Utilizzo e valutazione

“Lei è iscritto al servizio whatsapp VUSINFORMA?”

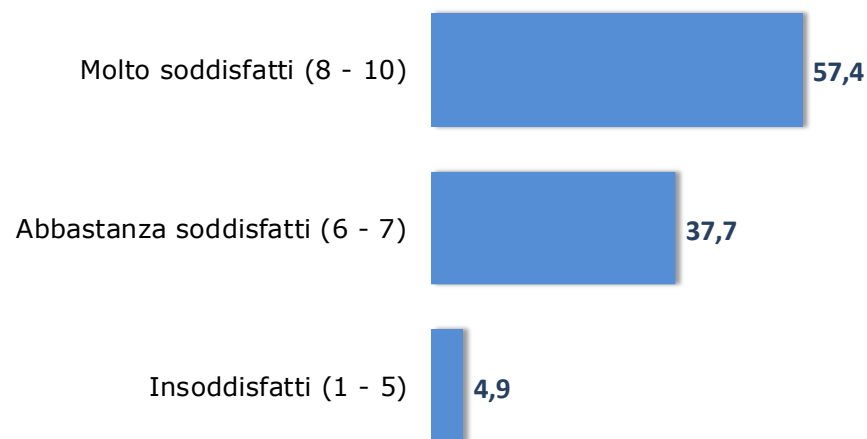


“Ha intenzione di iscriversi a VUSINFORMA?”



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

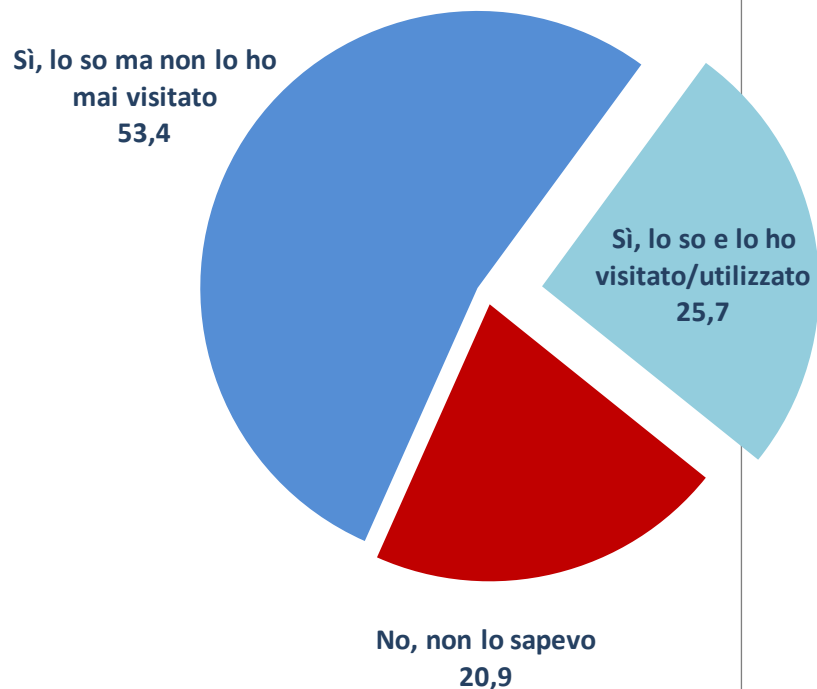
“Complessivamente che voto dà al servizio VUSINFORMA?”



Base = ISCRITTI VUSINFORMA

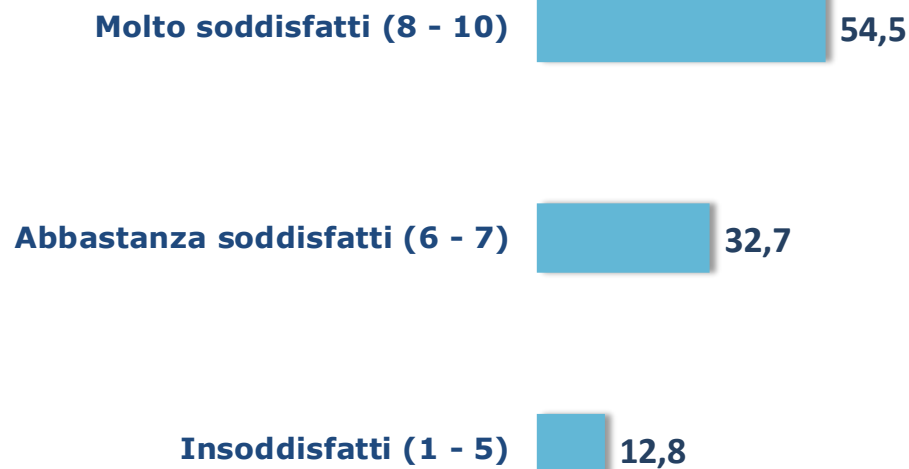
SITO WEB – Conoscenza, utilizzo e valutazione overall

“Lei sa che Valle Umbra Servizi ha un sito Internet?”



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

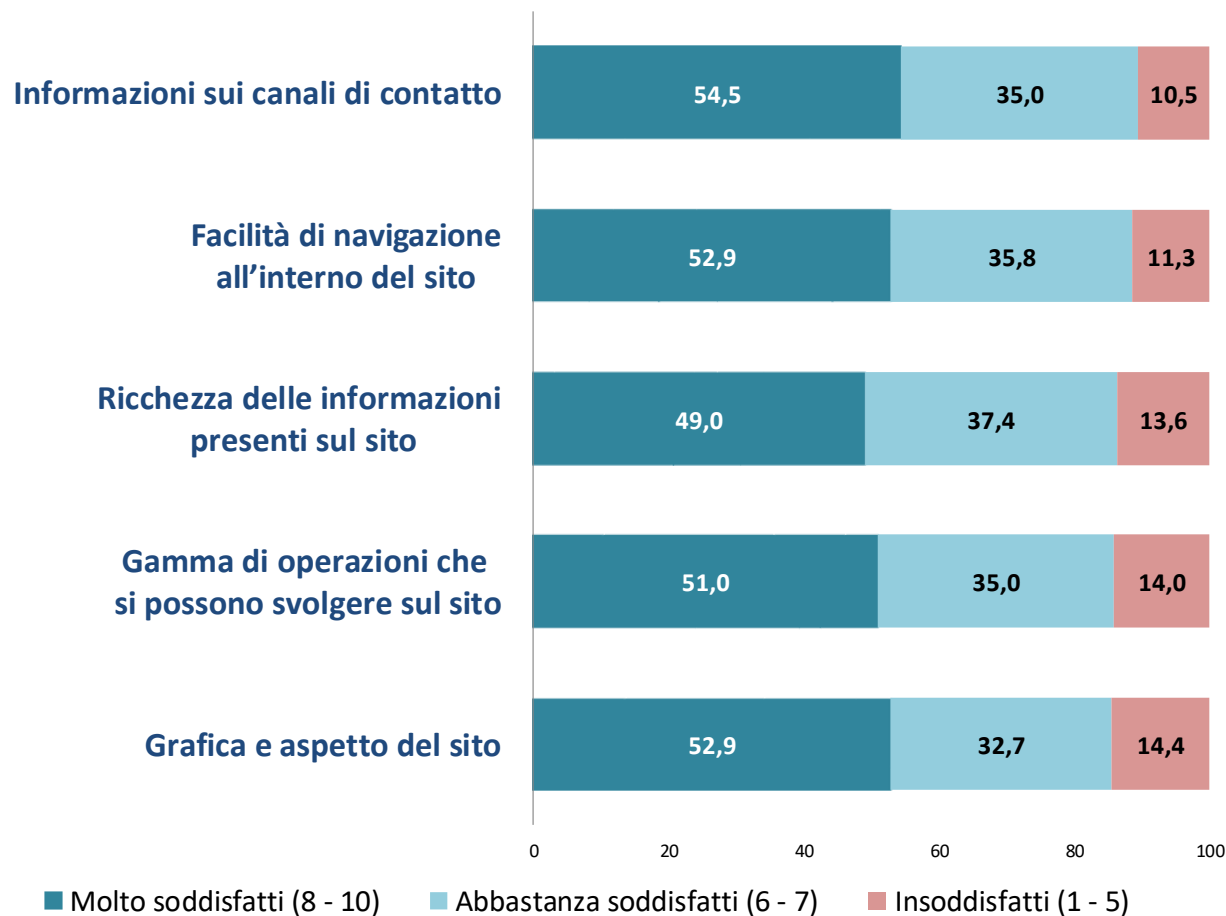
“Complessivamente che voto dà al sito web di Valle Umbra Servizi?”



Base = UTENTI SITO WEB

SITO WEB – Valutazione indicatori

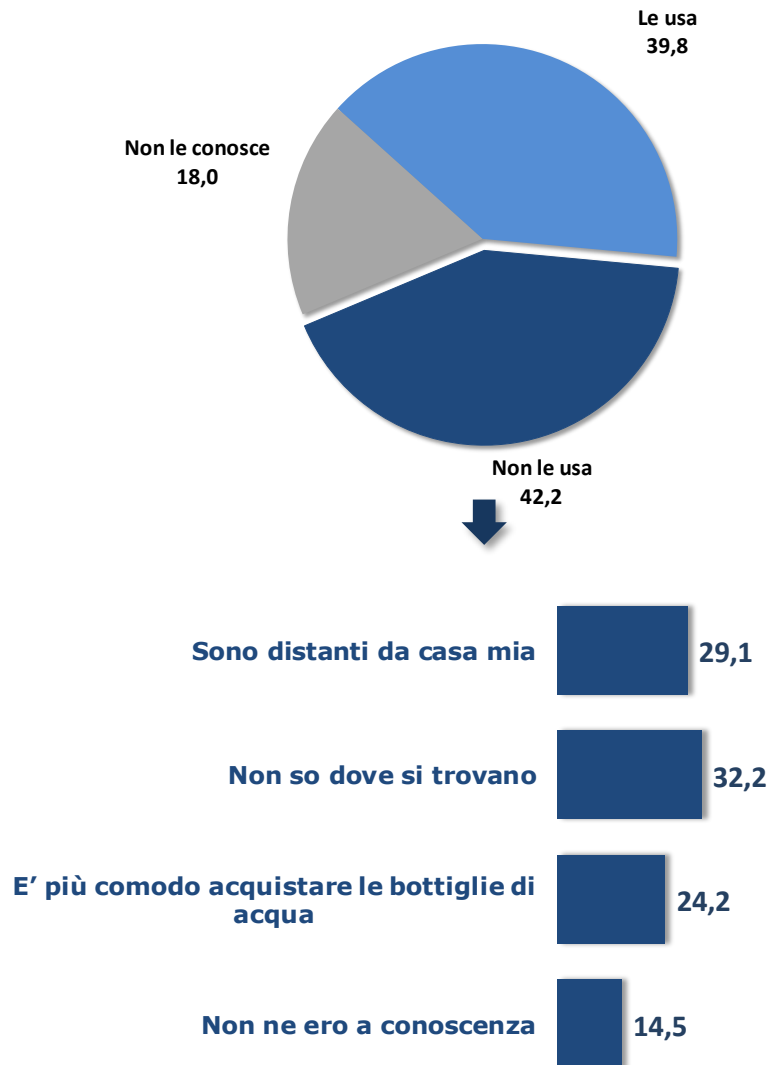
“Per ognuno degli aspetti del sito internet, quanto è stato soddisfatto?”
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



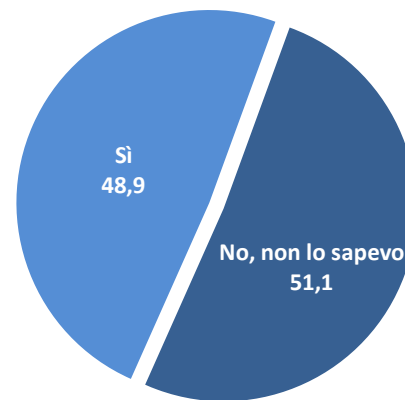
Sostenibilità

- Case dell'acqua
- Progetto PNRR

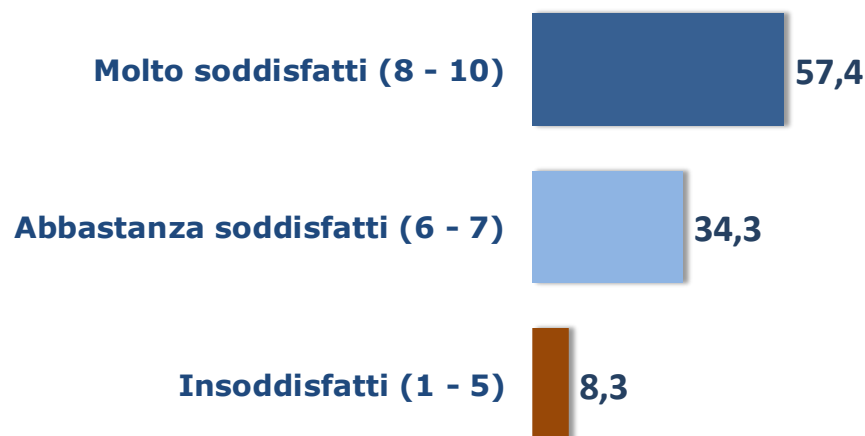
CASE DELL'ACQUA - Conoscenza, utilizzo e valutazione



"Sapeva che sul sito Internet di Valle Umbra Servizi è possibile reperire la lista completa delle case dell'acqua e dove sono localizzate?"



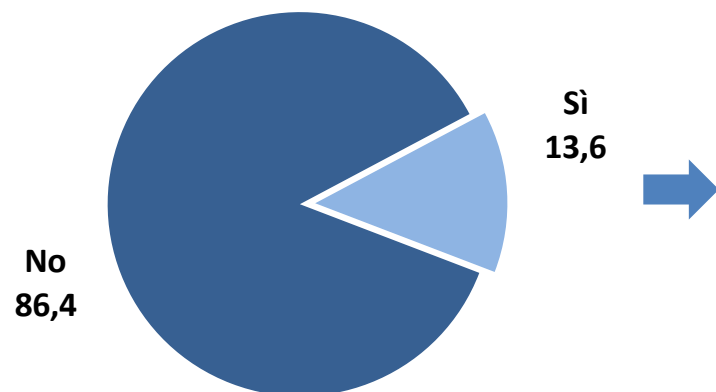
"Come valuta questa iniziativa delle Case dell'Acqua?"



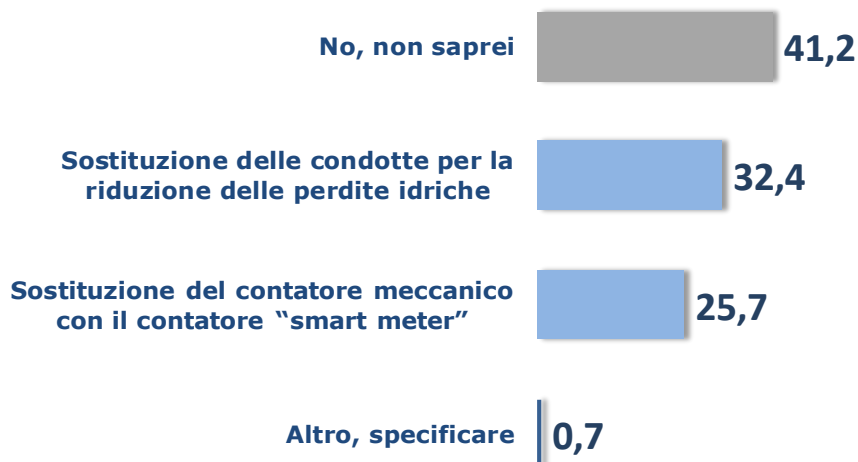
Base = TOTALE UTENZA GENERALE

PROGETTO PNRR – Conoscenza e valutazione

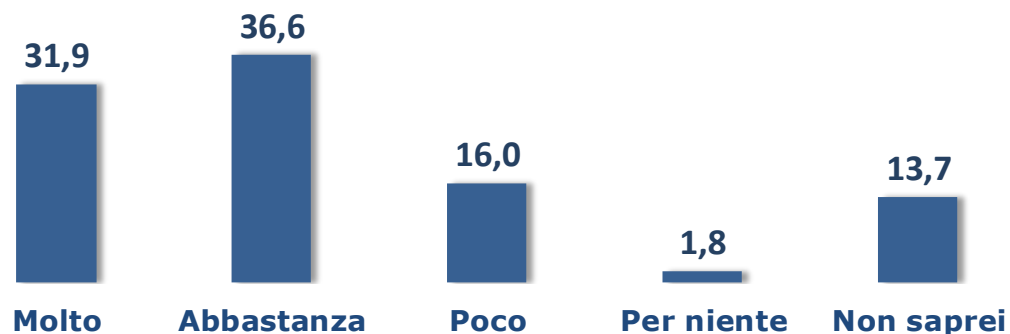
‘Valle Umbra Servizi sta realizzando con i fondi del PNRR alcuni progetti di miglioramento del sistema idrico. Ne era a conoscenza?’



“Sa di quali progetti si tratta?”



Valle Umbra Servizi sta sostituendo il contatore meccanico con il contatore smart meter.
Quanto ritiene importante questo progetto?



Call Back Canali di Contatto

- Numero Verde Commerciale
- Sportello

Numero Verde Commerciale

Dove ha reperito il NV?

BOLLETTA



64,0%

SITO INTERNET



32,0%

Linea subito libera 75,0%

Tentativi per soddisfare la richiesta

1^a chiamata **82,0%**

chiamata successiva **14,0%**

«Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondermi»
«Problema irrisolto»
«Non riuscivo ad accedere al servizio»
«Dovevo verificare la fattura»

altro canale contattato **3%**

Mail/Pec
Sportello
Sito web

Principali motivi di chiamata

- Subentro / Voltura 32,0%
- Aperture nuovo contratto 14,0%
- Cessazione contratto 12,0%
- Preventivo per un nuovo contratto /nuovo allaccio 10,0%
- Modifica dati 7,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti



19 RISPOSTE

- del tutto 26,3%
- abbastanza 47,4%

Durata della chiamata



- meno di 2' 59,0%
- tra 2' e 5' 24,0%
- tra 5' e 10' 11,0%



Risolve del tutto la richiesta **88,0%**



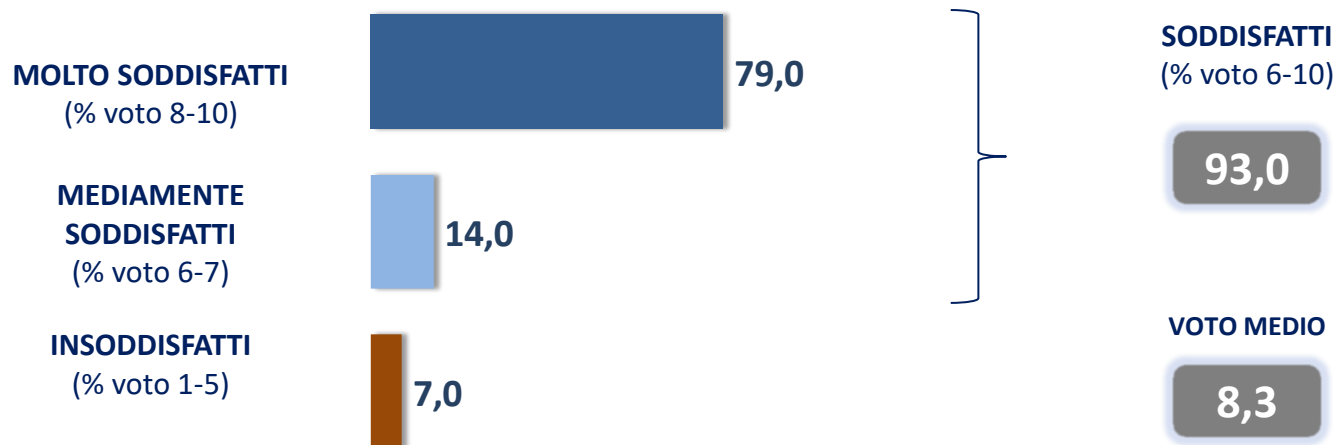
Risolve in parte, perché... **6,0%**



«Deve attendere una chiamata dell'azienda»
«Deve presentare altra documentazione»
«Deve chiamare di nuovo il NV»

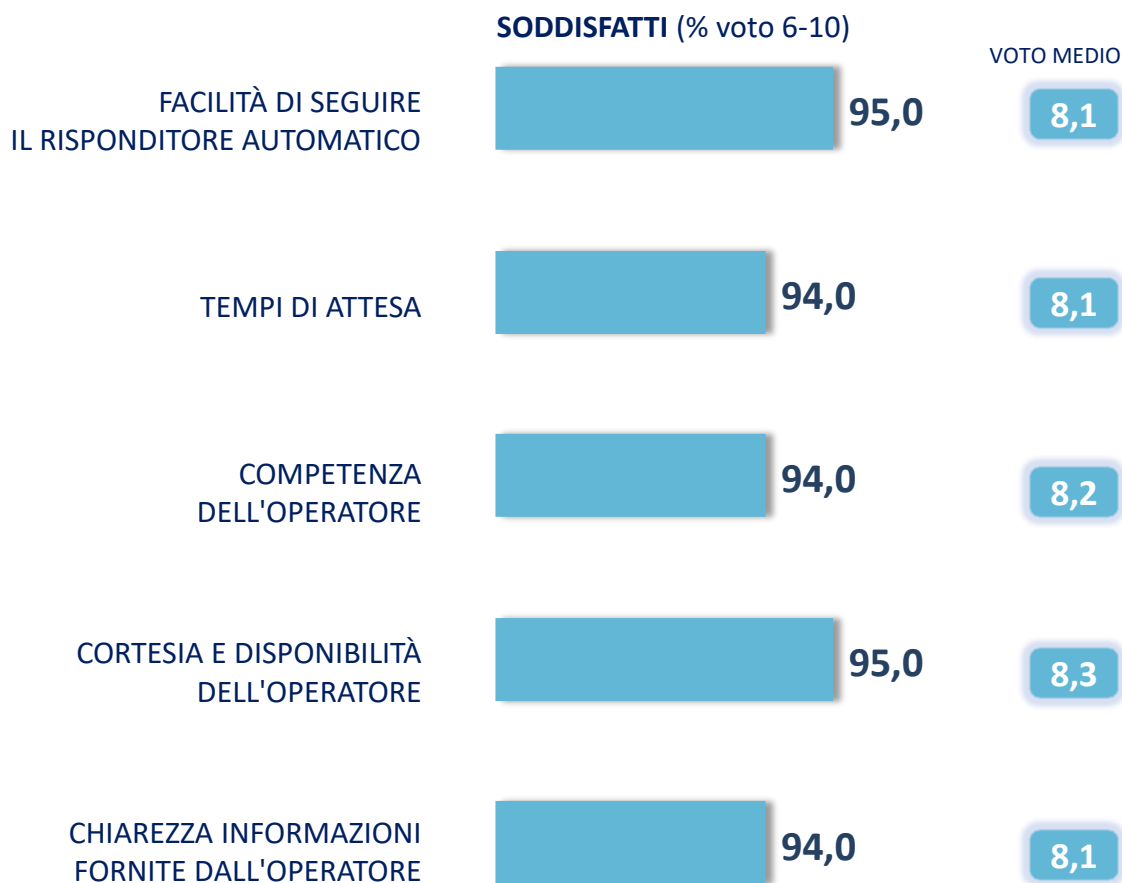
Numero Verde Commerciale

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

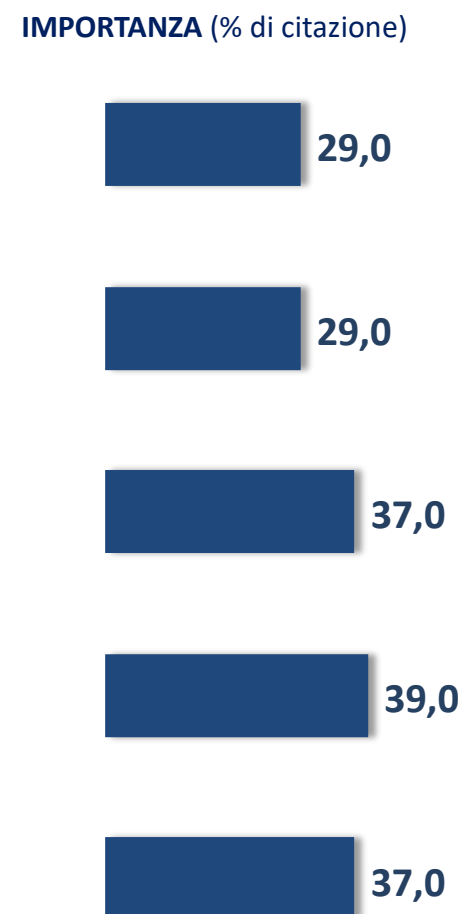


NV Commerciale - indicatori di performance

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

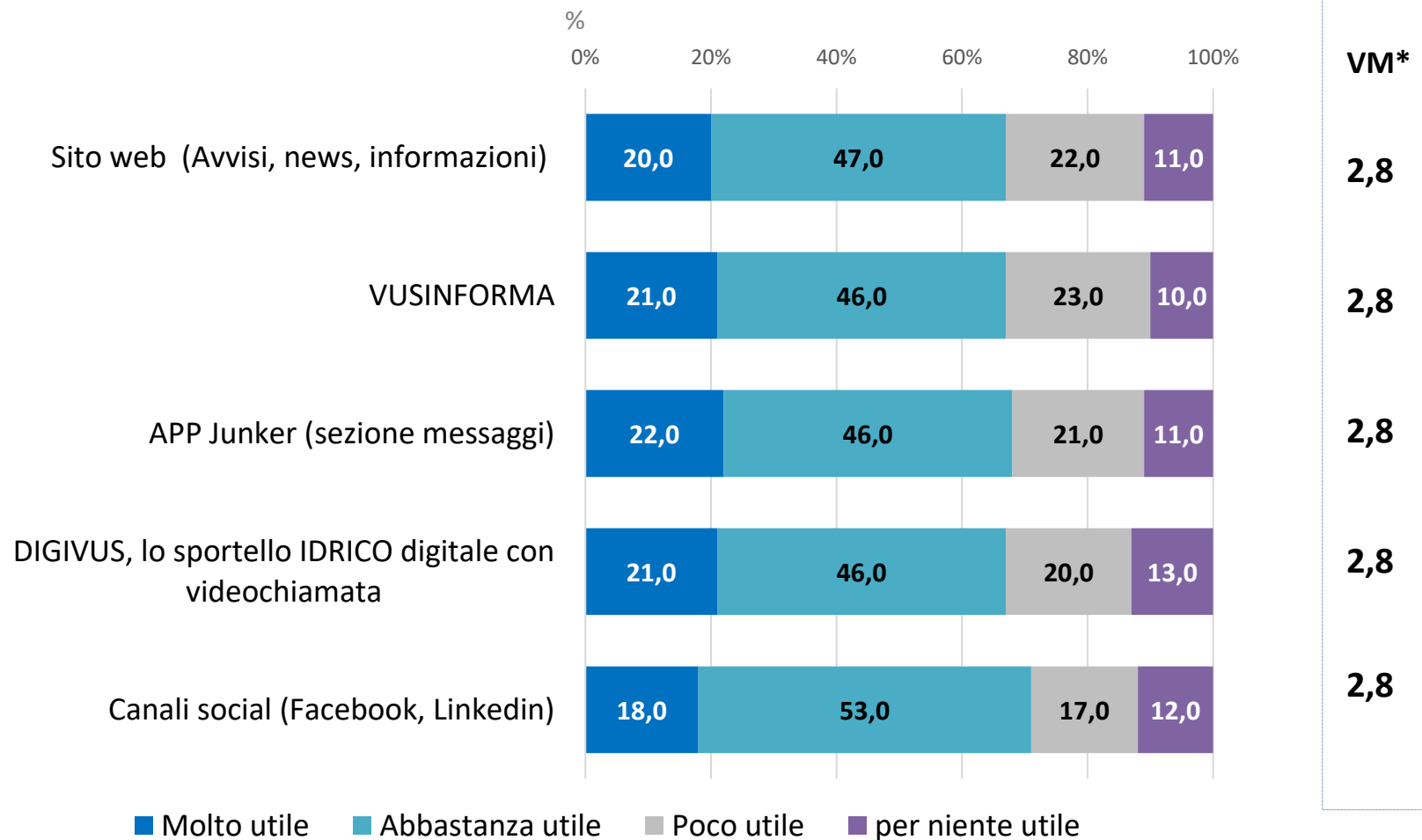


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”
(max 2 risposte)



NV Commerciale – Utilità nuovi canali di contatto

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



*conversione 4 (molto) - 1 (per niente)



Tempi di attesa

prima di parlare con l'operatore

- meno di 15' 81,0%
- tra 15' e 40' 12,0%
- oltre 40' 4,0%

Tentativi per soddisfare la richiesta

- 1^a visita **84,0%**
- visita successiva **14,0%**
- altro canale contattato **7,0%**

"Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondere"
"Restavo a lungo in attesa"
"Problema irrisolto"

NV (14,3%)
 Invio di corrispondenza
 elettronica (42,9%) e
 cartacea (28,6%)

Principali motivi di visita

- Subentro / Voltura 55,0%
- Richiesta nuovo contratto / attivazione 15,0%
- Preventivo nuovo allaccio 13,0%
- Cessazione di contratto 4,0%

Informazioni coerenti nei diversi contatti



17 RISPOSTE

- del tutto 58,8%
- abbastanza 23,5%

Permanenza allo sportello



- Meno di 5' 64,0%
- tra 5' e 15' 12,0%
- tra 15' e 40' 20,0%



Risolve del tutto la richiesta **96,0%**

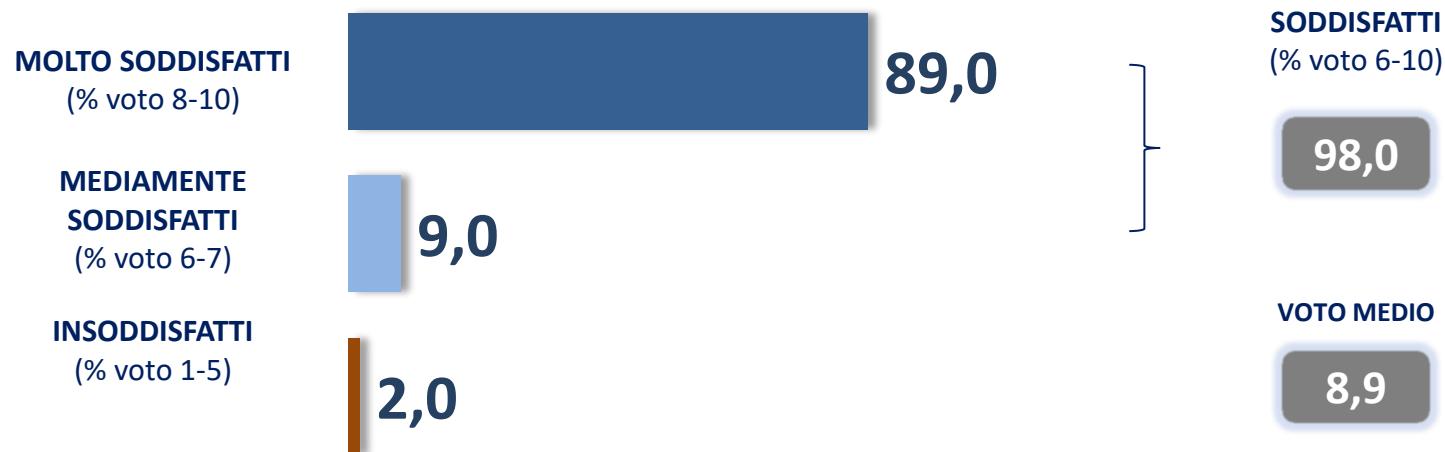


Risolve in parte, perché... **3,0%**



"Deve attendere una chiamata dell'azienda"
"Recarmi presso gli sportelli 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]



Sportello - indicatori di performance

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

SODDISFATTI (% voto 6-10)

VOTO MEDIO

ORARI DI APERTURA DELLO
SPORTELLO



8,8

TEMPI DI ATTESA



9,0

TEMPI DI GESTIONE
DELL'OPERATORE



9,0

COMPETENZA
DELL'OPERATORE



9,0

CORTESIA E DISPONIBILITÀ
DELL'OPERATORE



9,0

CHIAREZZA DELLE
INFORMAZIONI FORNITE
DALL'OPERATORE



9,1

ACCOGLIENZA / COMFORT DEI
LOCALI



8,8

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

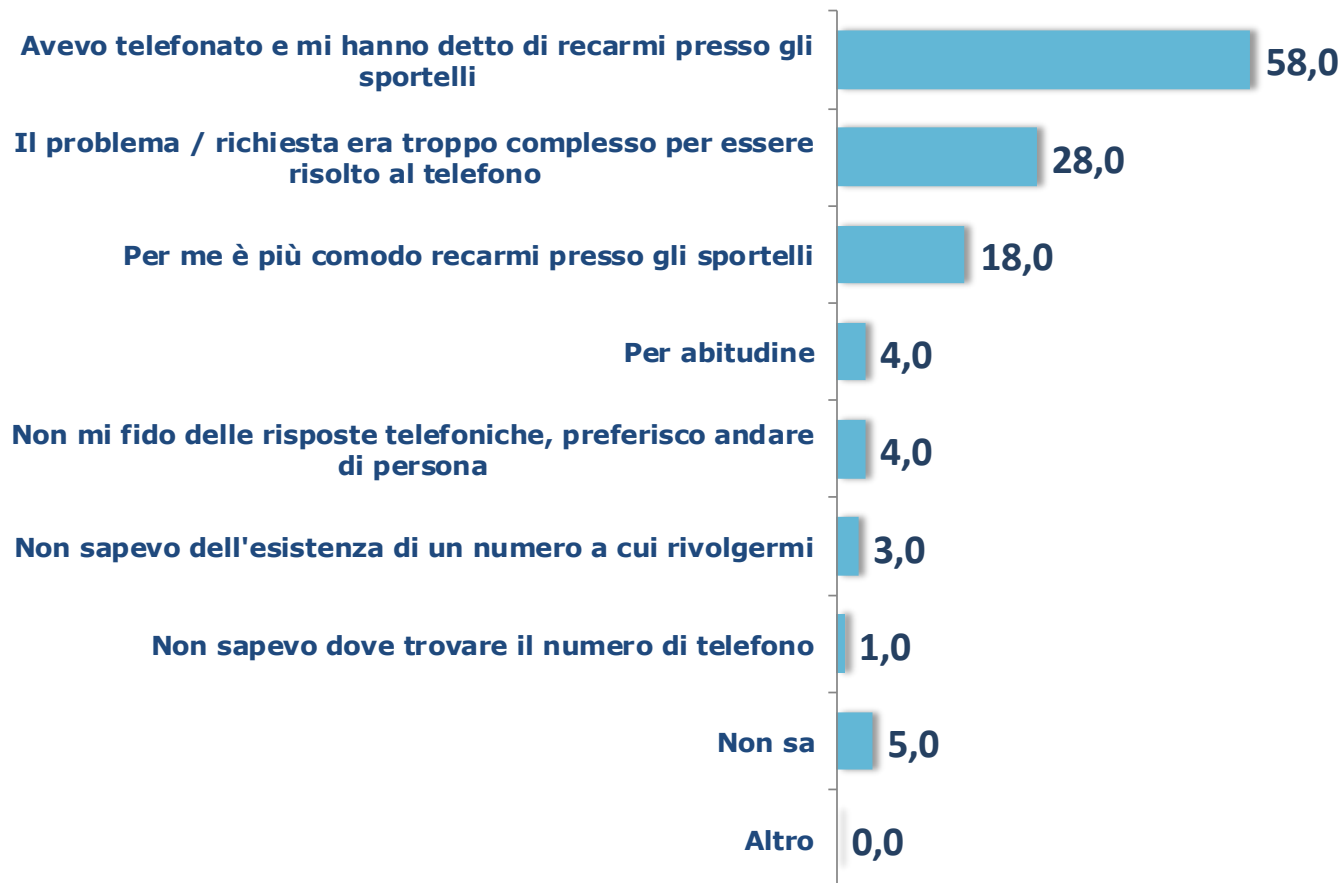
IMPORTANZA (% di citazione)



Scelta dello sportello rispetto al NV

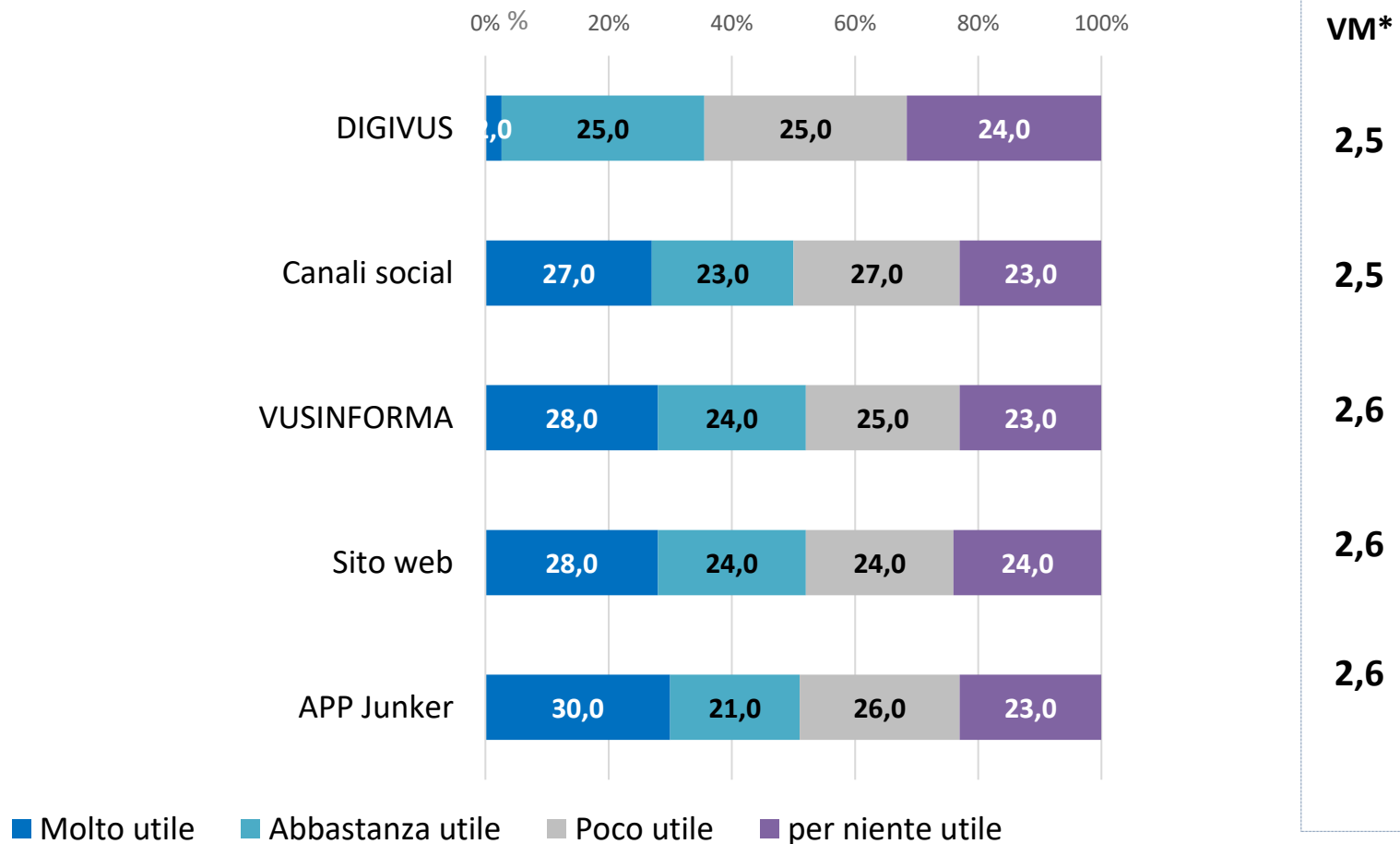
“Per quali motivi ha scelto di recarsi presso gli sportelli di Valle Umbra Servizi invece che contattare il Numero Verde?”
(risposta multipla)

%



Sportello – Utilità nuovi canali di contatto

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



*conversione 4 (molto) - 1 (per niente)

Approfondimento parametrico CATI/CAWI

Profilo utenza e utilizzatori dei canali

%	UTENZA GENERALE	NUMERO VERDE COMMERCIALE	SPORTELLLO
UOMO	58,8	56,0	57,0
DONNA	41,2	44,0	43,0
18-34 ANNI	6,6	17,3	7,2
35-44 ANNI	18,8	30,6	17,5
45-54 ANNI	26,6	15,3	32,0
55-64 ANNI	24,1	16,3	19,6
65 + ANNI	23,9	20,4	23,7
ISTRUZIONE SUPERIORE	81,4	89,1	77,2
ISTRUZIONE INFERIORE	18,6	10,9	22,8
LAVORATORE DIPENDENTE	57,7	57,6	53,3
LAVORATORE AUTONOMO	13,7	14,1	11,1
DISOCCUPATO – IN CERCA	0,6	2,2	5,6
PENSIONATO	21,5	18,5	23,3
CASALINGA – ALTRA CONDIZIONE NON PROF.	6,5	7,6	6,7

Profilo rispondenti

VALORI %

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		base	CATI (800)	CAWI (200)
SESSO	UOMO		58,6	59,5
	DONNA		41,4	40,5
ETÀ	18-44 ANNI		26,2	22,3
	45-54 ANNI		27,6	22,3
	55 + ANNI		46,1	55,3
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE		79,3	89,8
	INFERIORE		20,7	10,2

Valutazione del servizio idrico

VALORI %

SODDISFAZIONE		base	CATI (800)	CAWI (200)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		93,1	79,0
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		90,4	73,5
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		94,1	84,5
		<i>Continuità del servizio</i>	93,9	85,0
		<i>Livello di pressione</i>	92,4	75,0
FATTURAZIONE	voto 6-10		92,9	69,7
		<i>Regolarità lettura contatori</i>	92,6	94,5
		<i>Chiarezza e facilità lettura</i>	92,7	68,7
		<i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>	92,6	73,3
		<i>Invio regolare fatture</i>	92,6	81,0
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		89,9	64,5



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



Società del Gruppo

