

The logo for Valle Umbra Servizi features three overlapping circles in shades of green and blue. The text 'Valle Umbra Servizi' is overlaid on the circles in a white, sans-serif font.

Valle Umbra Servizi

# Indagine di Customer Satisfaction sul Servizio Idrico Integrato

Risultati 2024

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

## 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 **2024**.

- ❖ 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 nel mese di gennaio 2025 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:
  - **751** Clienti domestici residenti
  - **103** Clienti domestici non residenti
  - **128** Clienti extradomestici
  - **18** 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 Spa
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

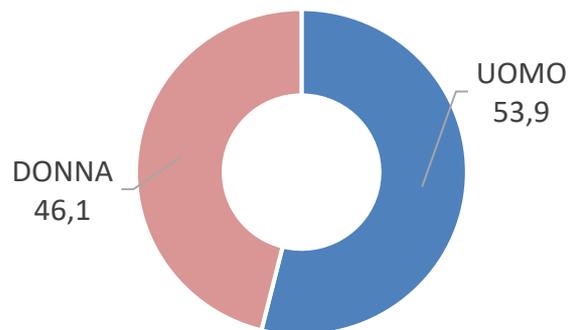
**Abbastanza Soddisfatti:** voto da 6 a 7

**Molto Soddisfatti:** voto da 8 a 10

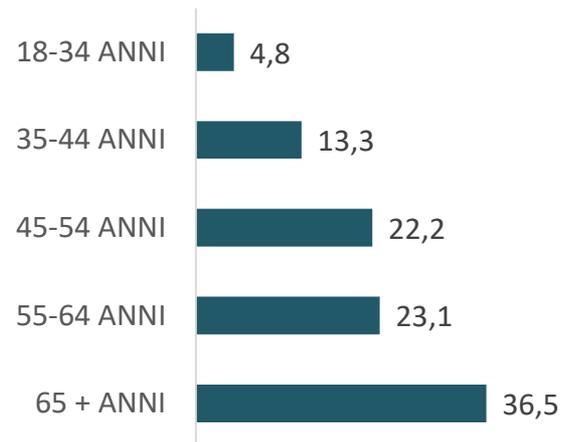
L'indicatore di qualità percepita è rappresentato dalla quota di utenti Soddisfatti (voto 6-10) e in modo sintetico dal valore medio delle valutazioni fornite.

# Profilo intervistati

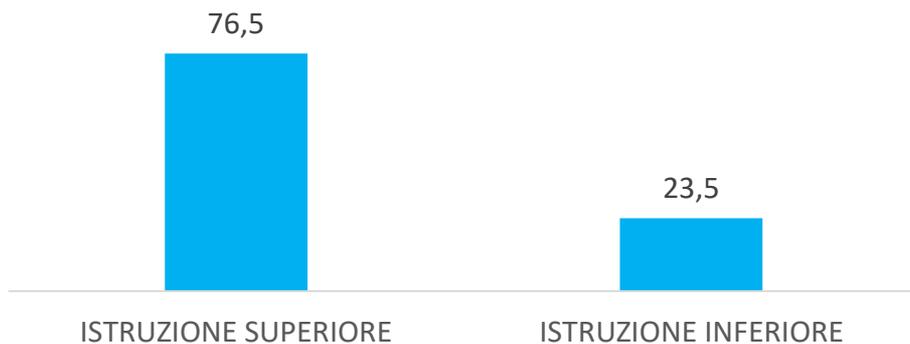
## Genere (%)



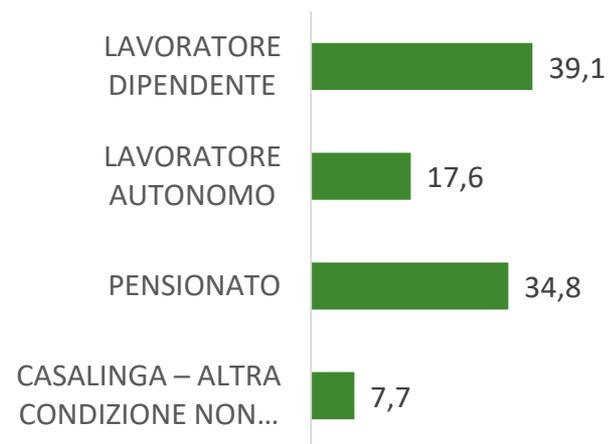
## Classe di età (%)



## Istruzione (%)



## Condizione occupazionale (%)



## **Consumo e qualità dell'acqua dal rubinetto**

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

# Consumo di acqua potabile dal rubinetto

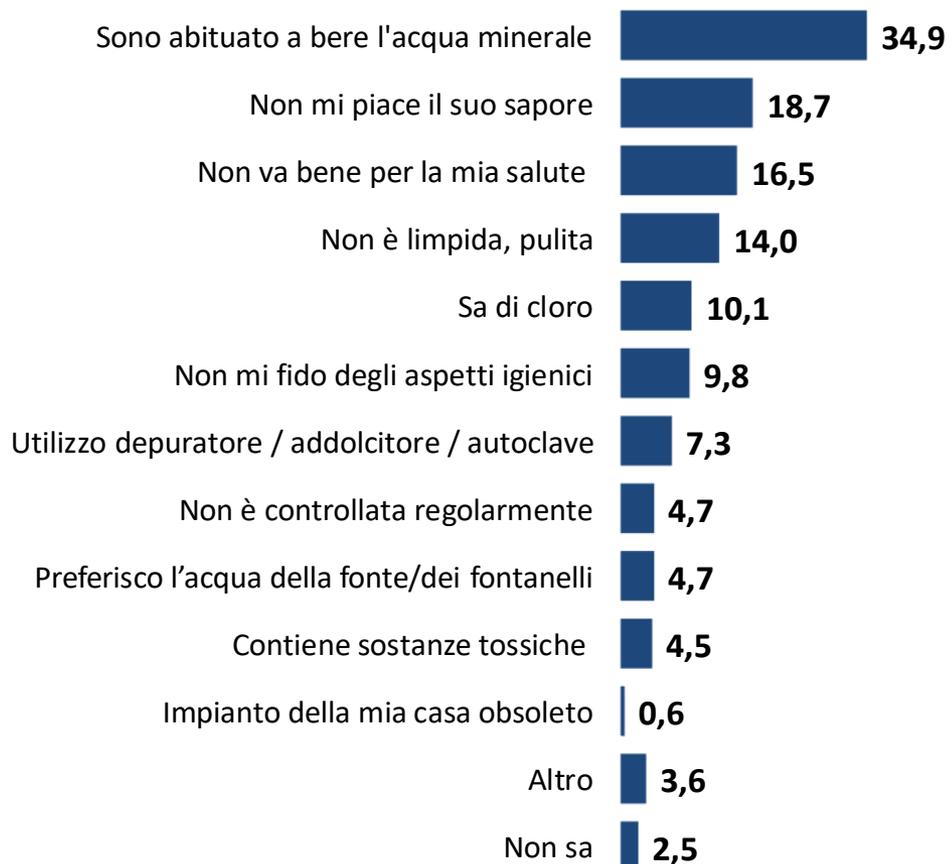
“Beve l’acqua del rubinetto regolarmente, qualche volta o non la beve mai?”

%



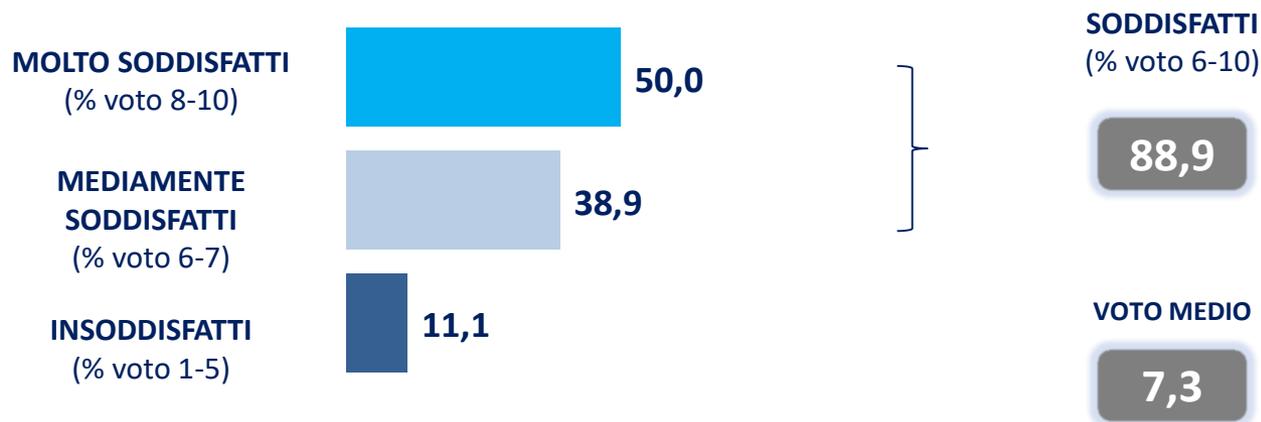
● “Perché non beve mai l’acqua del rubinetto?” (risposta multipla)

%



# Qualità dell'acqua

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

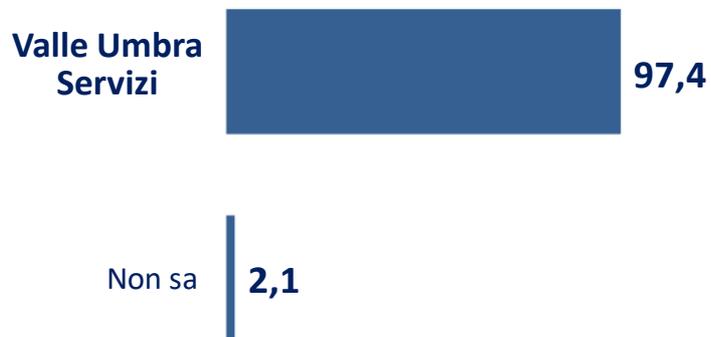


## **Servizio Idrico Integrato**

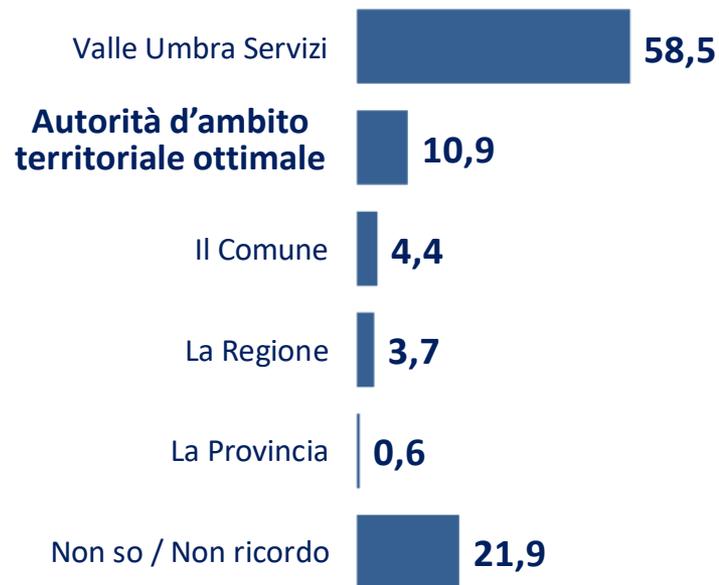
- Protagonisti del servizio idrico
- Giudizio complessivo
- Aspetti tecnici
- Fatturazione
- Rapporto qualità prezzo

# Conoscenza protagonisti servizio idrico

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

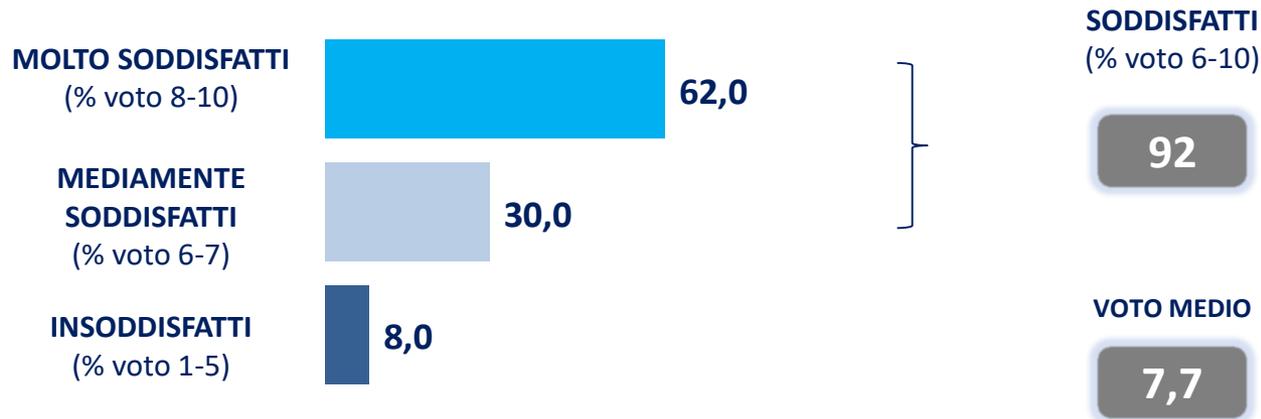


“Lei sa qual è il soggetto che determina la tariffa del servizio idrico nella zona in cui vive?” (risposta spontanea)  
%



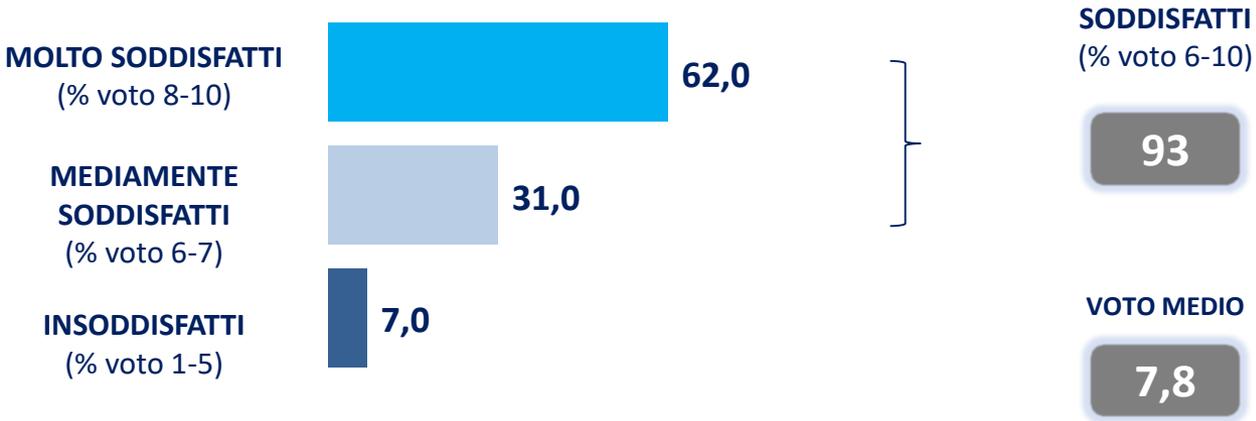
# Giudizio complessivo sul servizio idrico

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



# Aspetti tecnici del servizio

“Considerando complessivamente gli aspetti tecnici del servizio, 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

**IMPORTANZA** (% di citazione)

CONTINUITÀ  
DEL SERVIZIO



7,8



72,3

LIVELLO DI  
PRESSIONE ACQUA



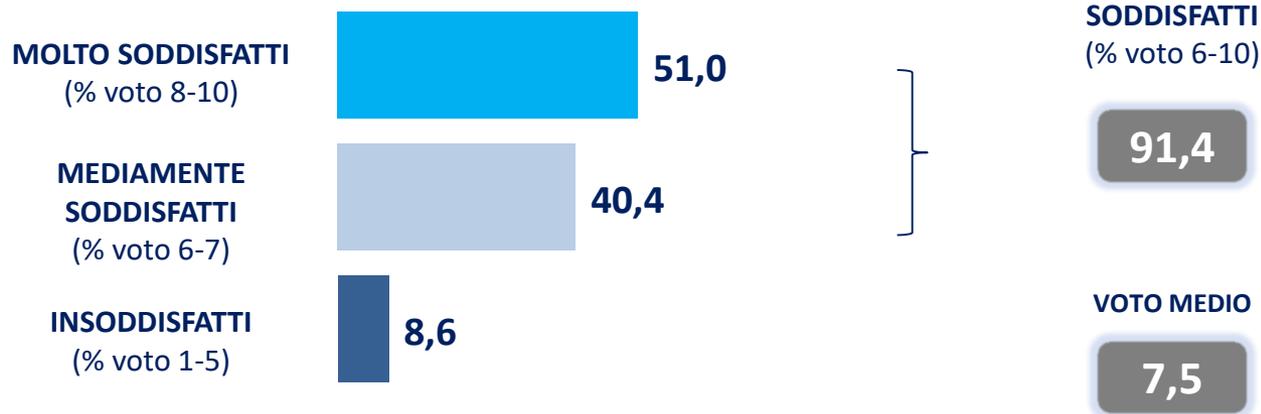
7,6



27,7

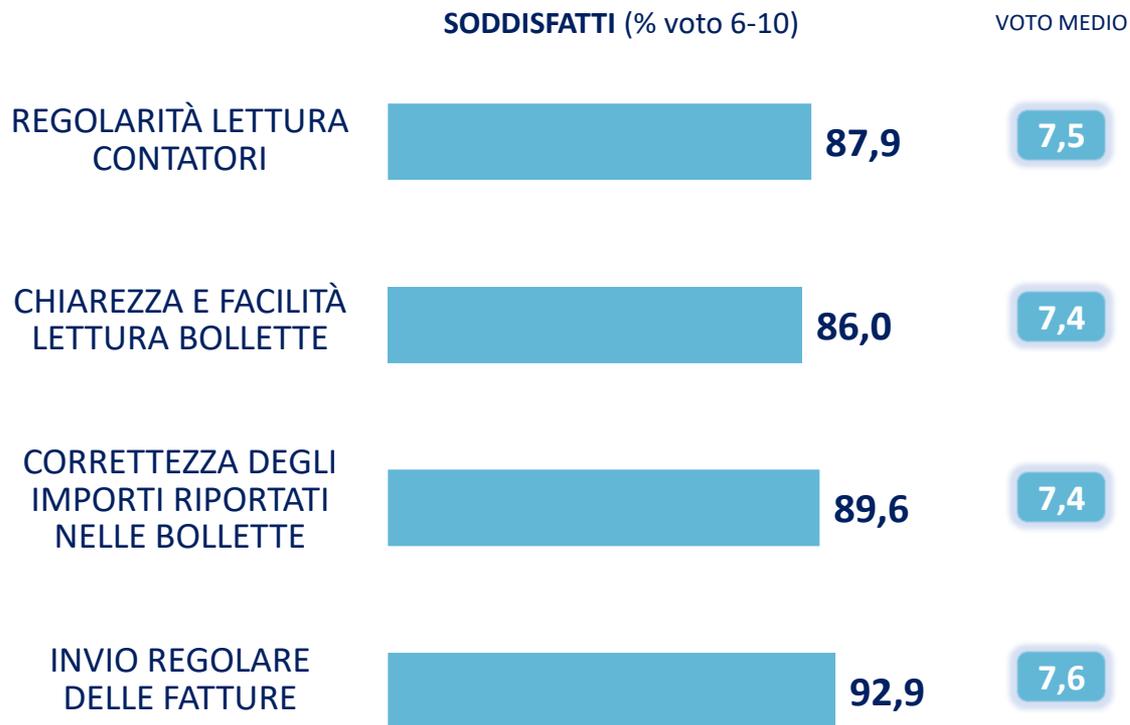
# Fatturazione

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

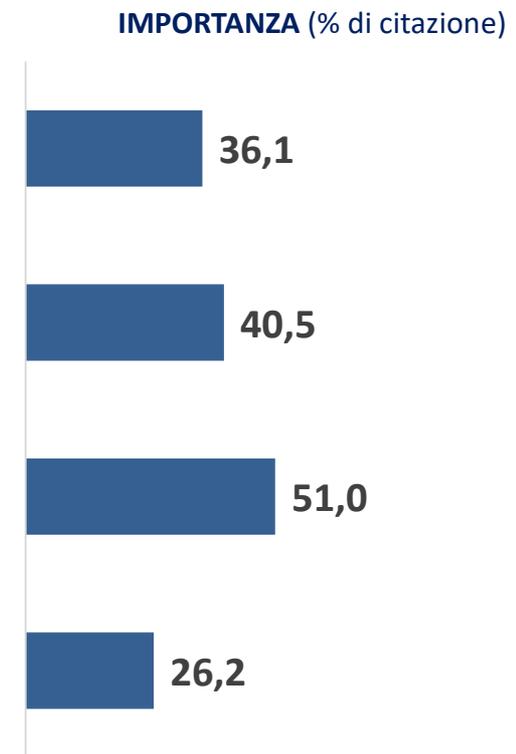


# Fatturazione - indicatori di performance

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

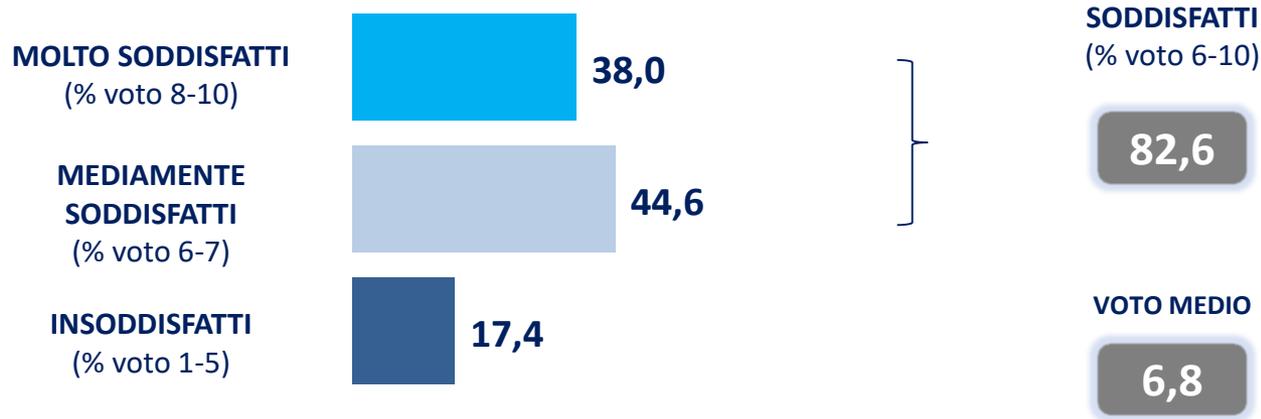


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 2 risposte)



# 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]

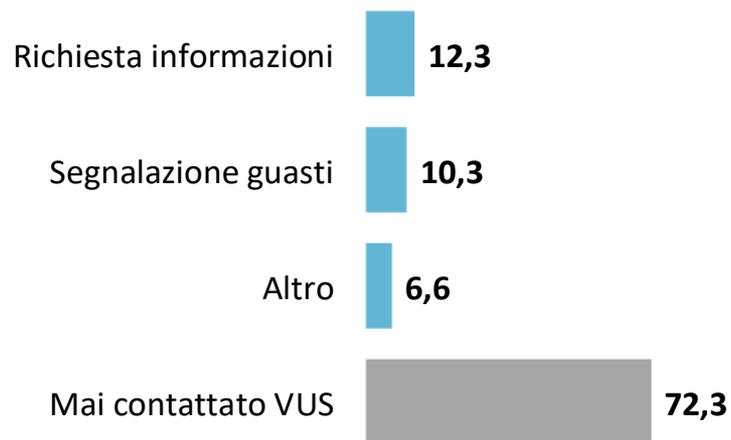


## **Canali di Contatto/informativi**

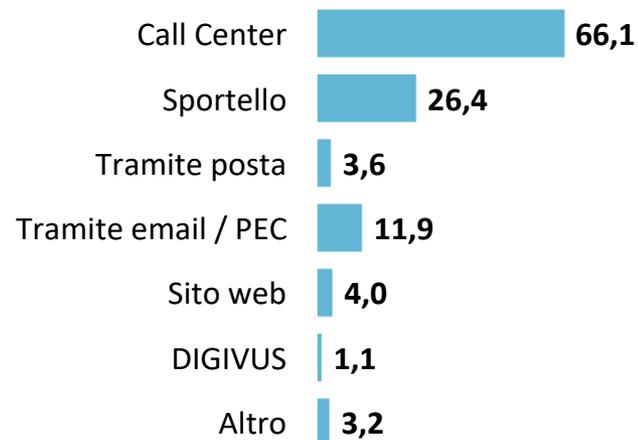
- Utilizzo e soddisfazione
- Utilità nuovi canali
- DIGIVUS
- VUSINFORMA
- Sito Web

# Canali di contatto - utilizzo e soddisfazione

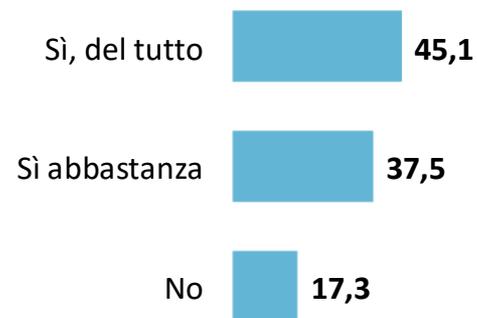
“Negli ultimi 6 mesi le è capitato di contattare Valle Umbra Servizi? Se sì, per quali motivi?”  
(risposta multipla)  
%



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

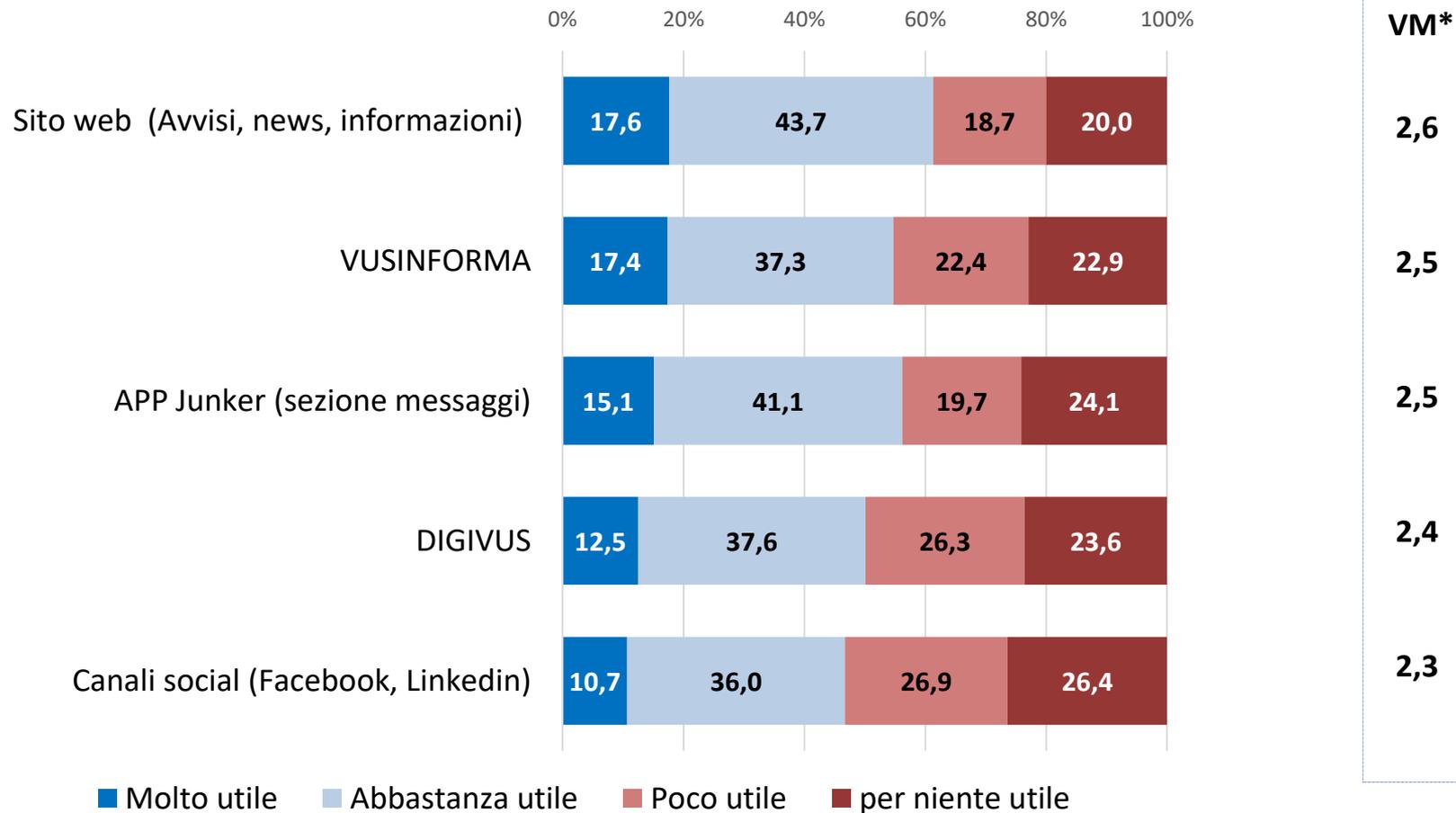


“Secondo Lei, il servizio ricevuto è stato soddisfacente?”  
%



# Canali di contatto – utilità nuovi canali

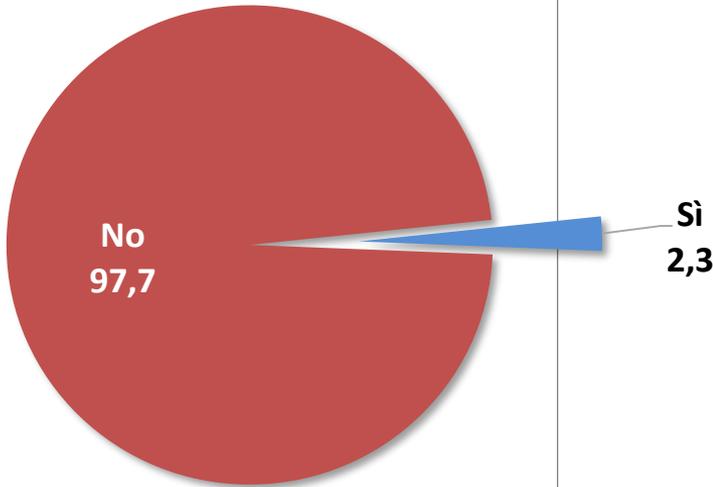
“Quanto ritiene utili i seguenti canali di contatto e informativi che Valle Umbra Servizi potrebbe mettere a disposizione della clientela?”



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

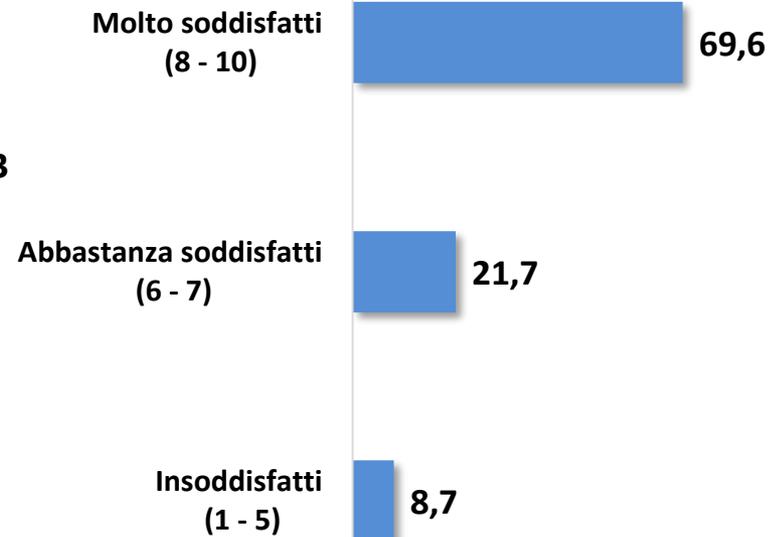
# DIGIVUS – Utilizzo e valutazione

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



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

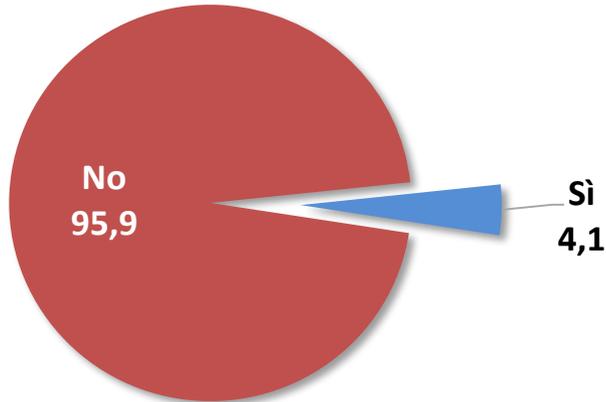
“Quanto è rimasto soddisfatto complessivamente del servizio di videochiamata DIGIVUS?”



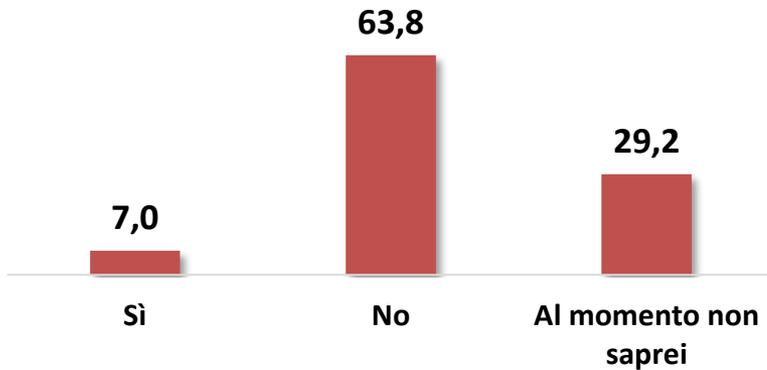
Base = UTENTI DIGIVUS

# VUSINFORMA – Utilizzo e valutazione

“Lei è iscritto al servizio whatsapp VUSINFORMA?”

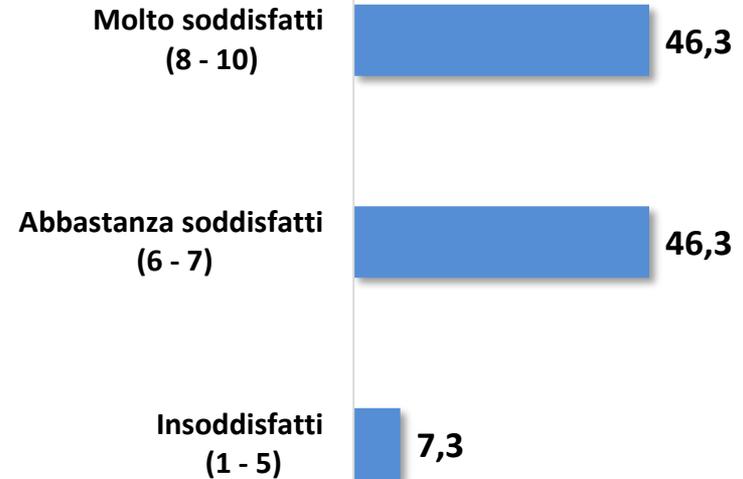


“Ha intenzione di iscriversi a VUSINFORMA?”



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

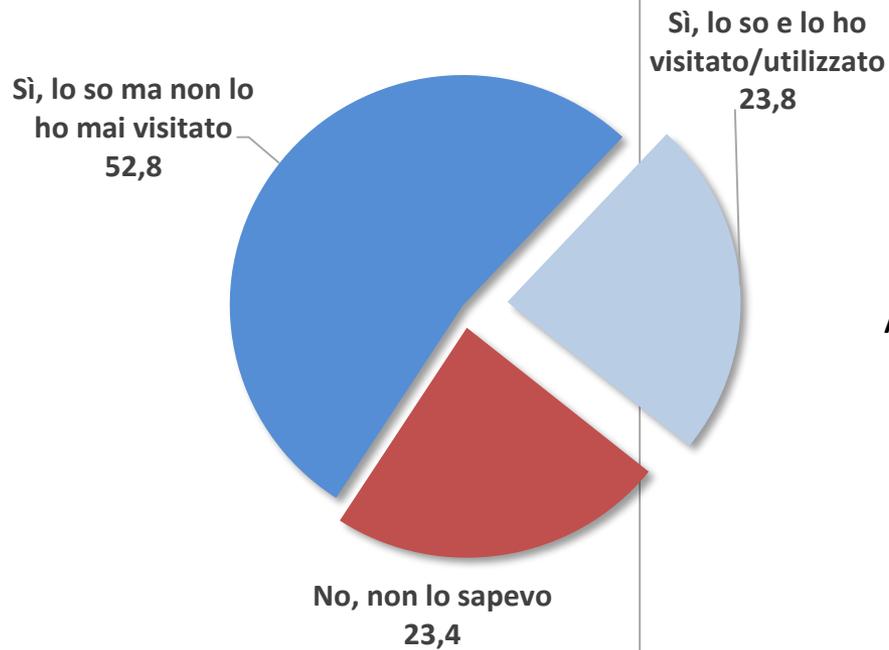
“Complessivamente che voto dà al servizio VUSINFORMA?”



Base = ISCRITTI VUSINFORMA

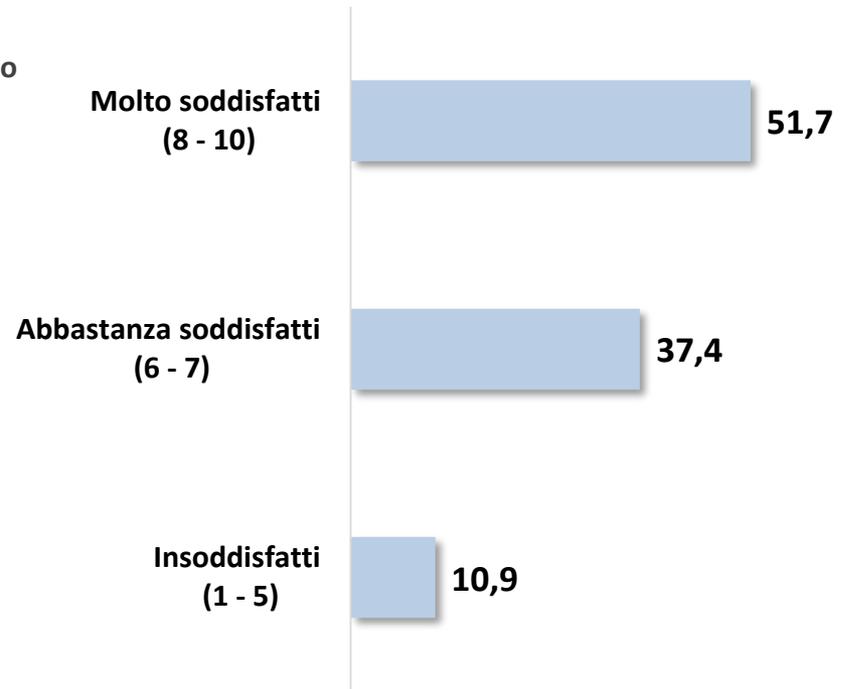
# SITO WEB – Conoscenza, utilizzo e valutazione overall

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



Base = TOTALE UTENZA GENERALE

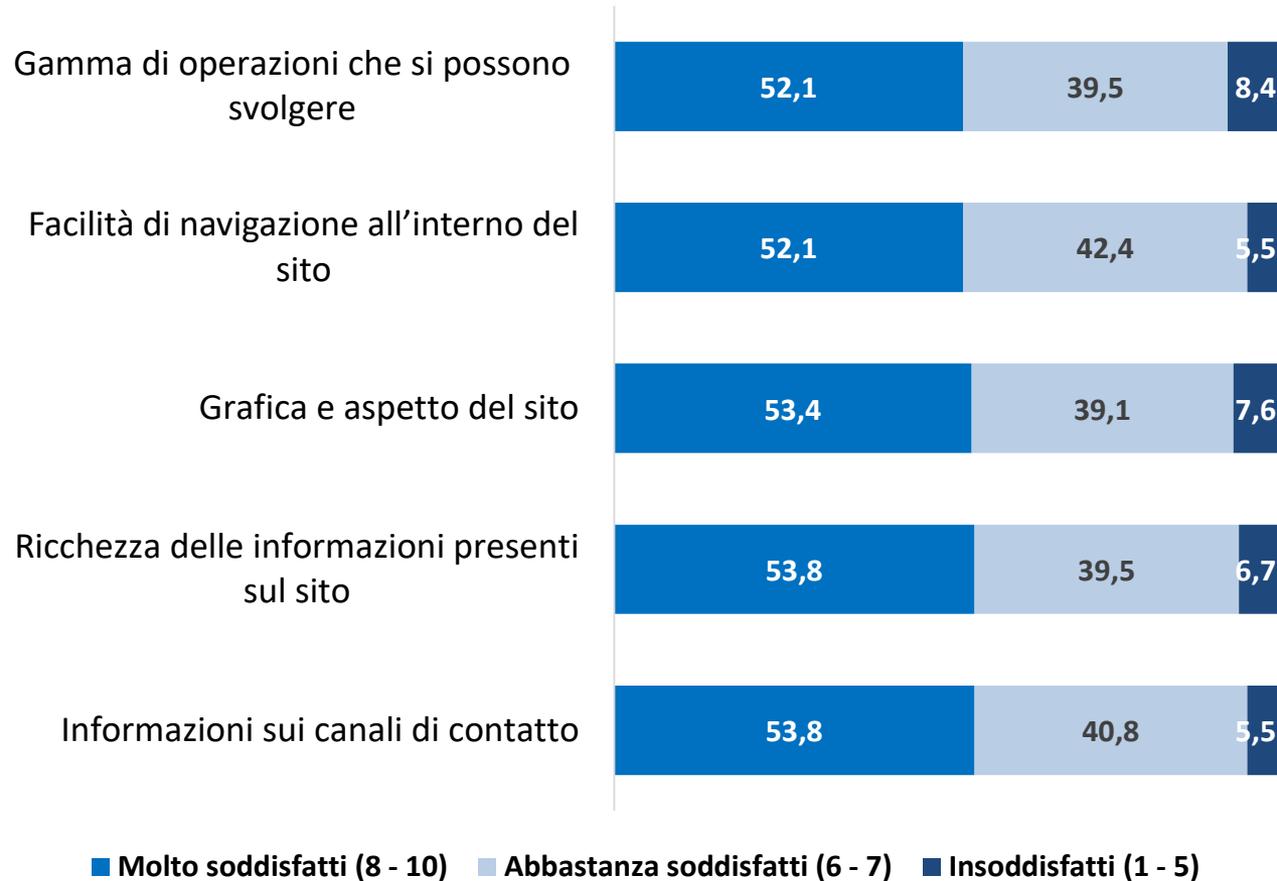
“Complessivamente che voto dà al sito web di Valle Umbra Servizi?”



Base = UTENTI SITO WEB

# SITO WEB – Valutazione indicatori

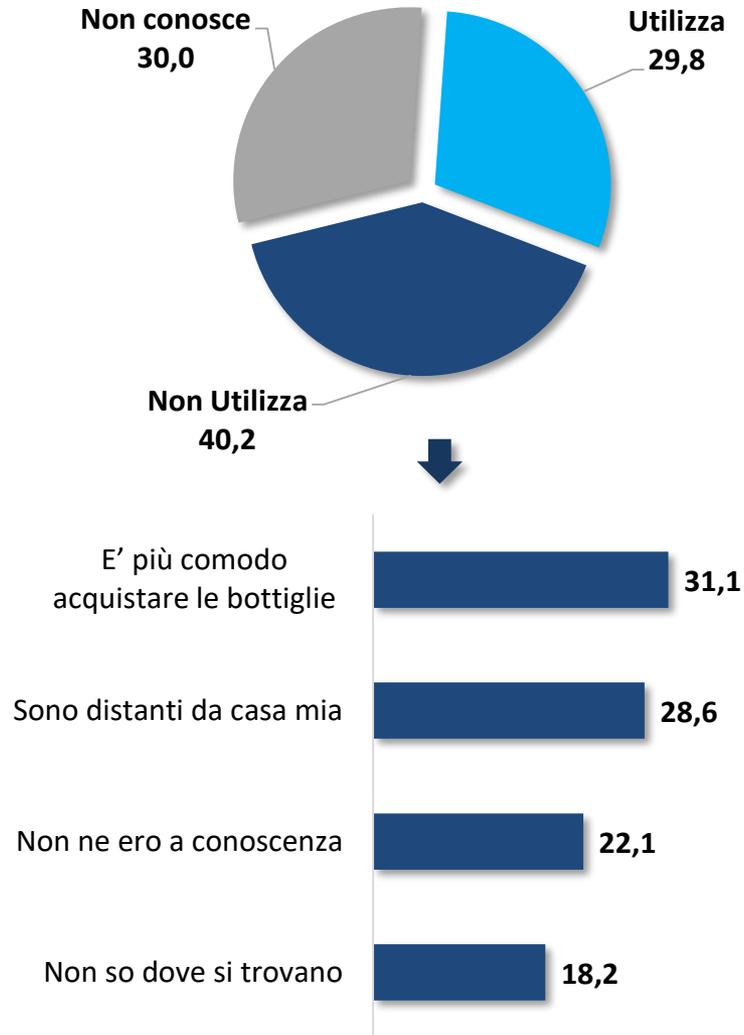
“Per ognuno degli aspetti del sito internet, quanto è stato soddisfatto?”  
[scala 1-10, 1=pessimo e 10=ottimo]



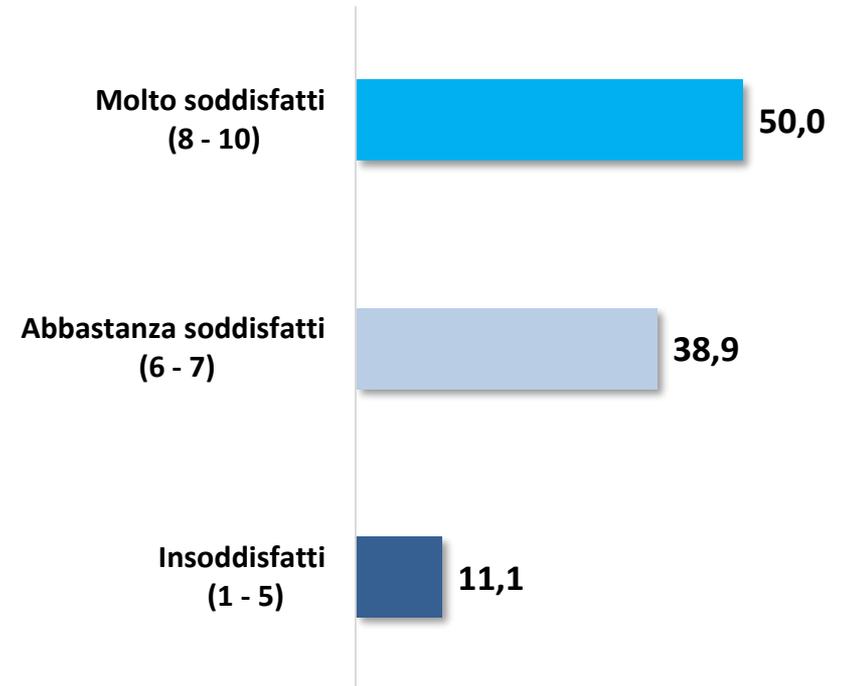
## **Sostenibilità**

- Case dell'acqua

# CASE DELL'ACQUA - Conoscenza, utilizzo e valutazione



“Come valuta questa iniziativa delle Case dell’Acqua?”



## Call Back Canali di Contatto

- Numero Verde Commerciale
- Sportello

# Numero Verde Commerciale

## Dove ha reperito il NV?

BOLLETTA



53,0%

SITO INTERNET



43,0%

Linea subito libera 95,0%

## Tentativi per soddisfare la richiesta

1<sup>a</sup> chiamata **92,0%**

chiamata successiva **8,0%**

«Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondermi»  
«Problema irrisolto»  
«Non riesco ad accedere al servizio»

altro canale contattato **10%**

Mail/Pec  
Sportello  
Sito web

## Principali motivi di chiamata

- Subentro / Voltura 26,0%
- Comunicazioni di dati relativi a fatture, autoletture 18,0%
- Cessazione contratto 14,0%
- Aperture nuovo contratto 13,0%
- Informazioni su servizi erogati, pareri, orari sportelli etc. 9,0%

## Informazioni coerenti nei diversi contatti

 **16 RISPOSTE**

- del tutto 68,8%
- abbastanza 31,3%

## Durata della chiamata



- meno di 2' 21,0%
- tra 2' e 5' 28,0%
- tra 5' e 10' 46,0%



Risolve del tutto la richiesta **95,0%**



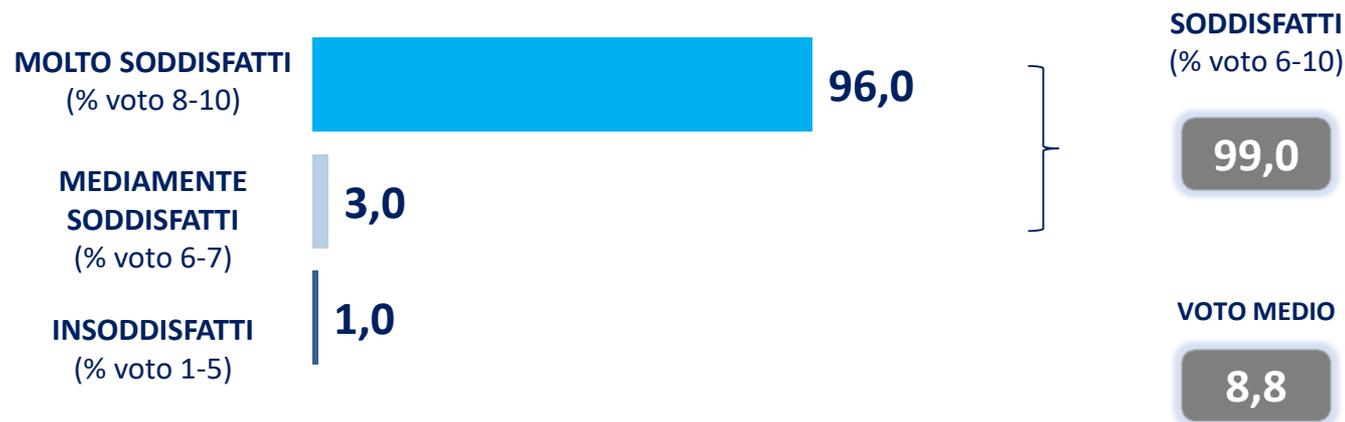
Risolve in parte, perché... **4,0%**



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

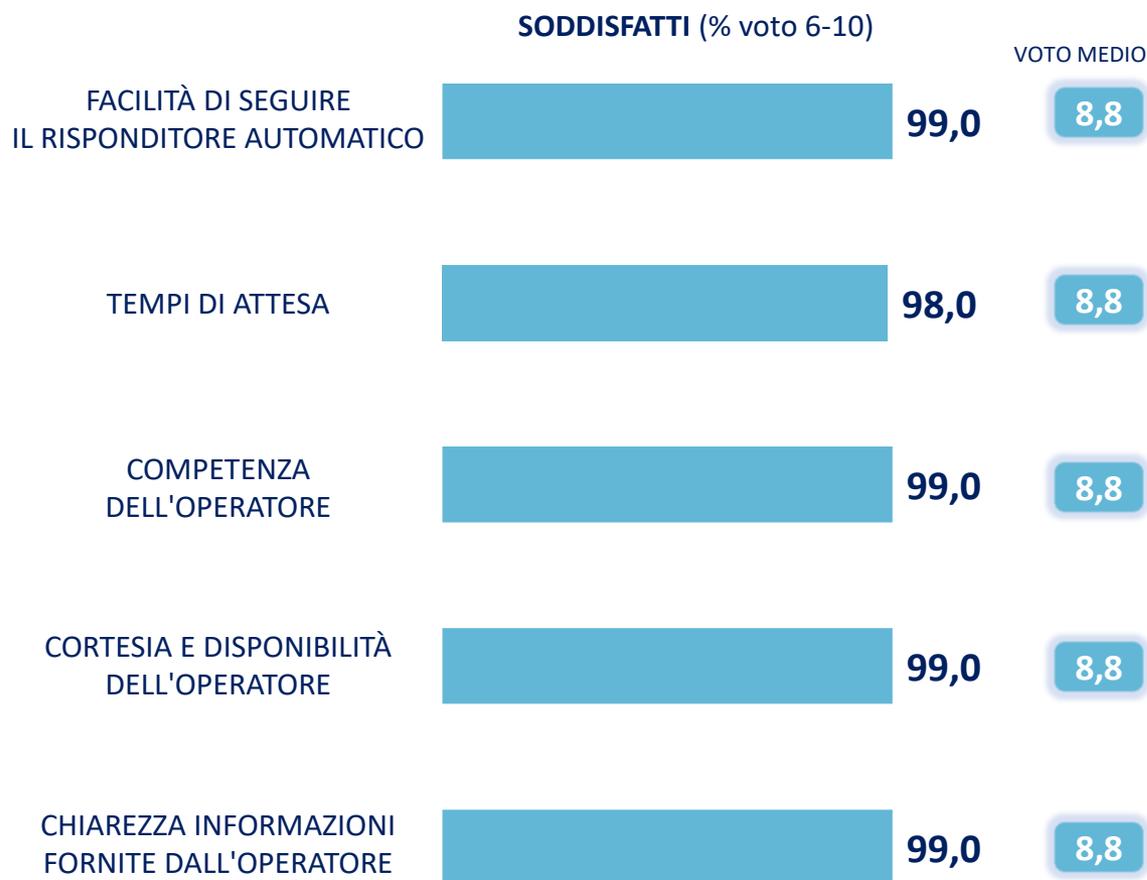
# Numero Verde Commerciale

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

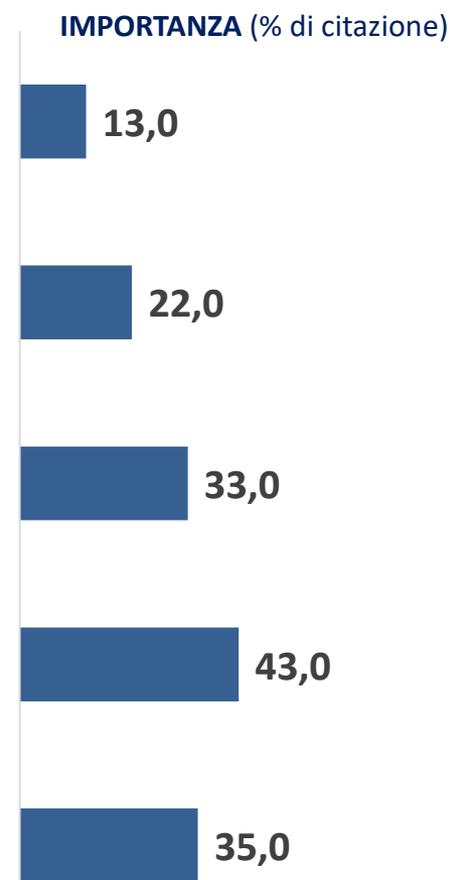


# NV Commerciale - indicatori di performance

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

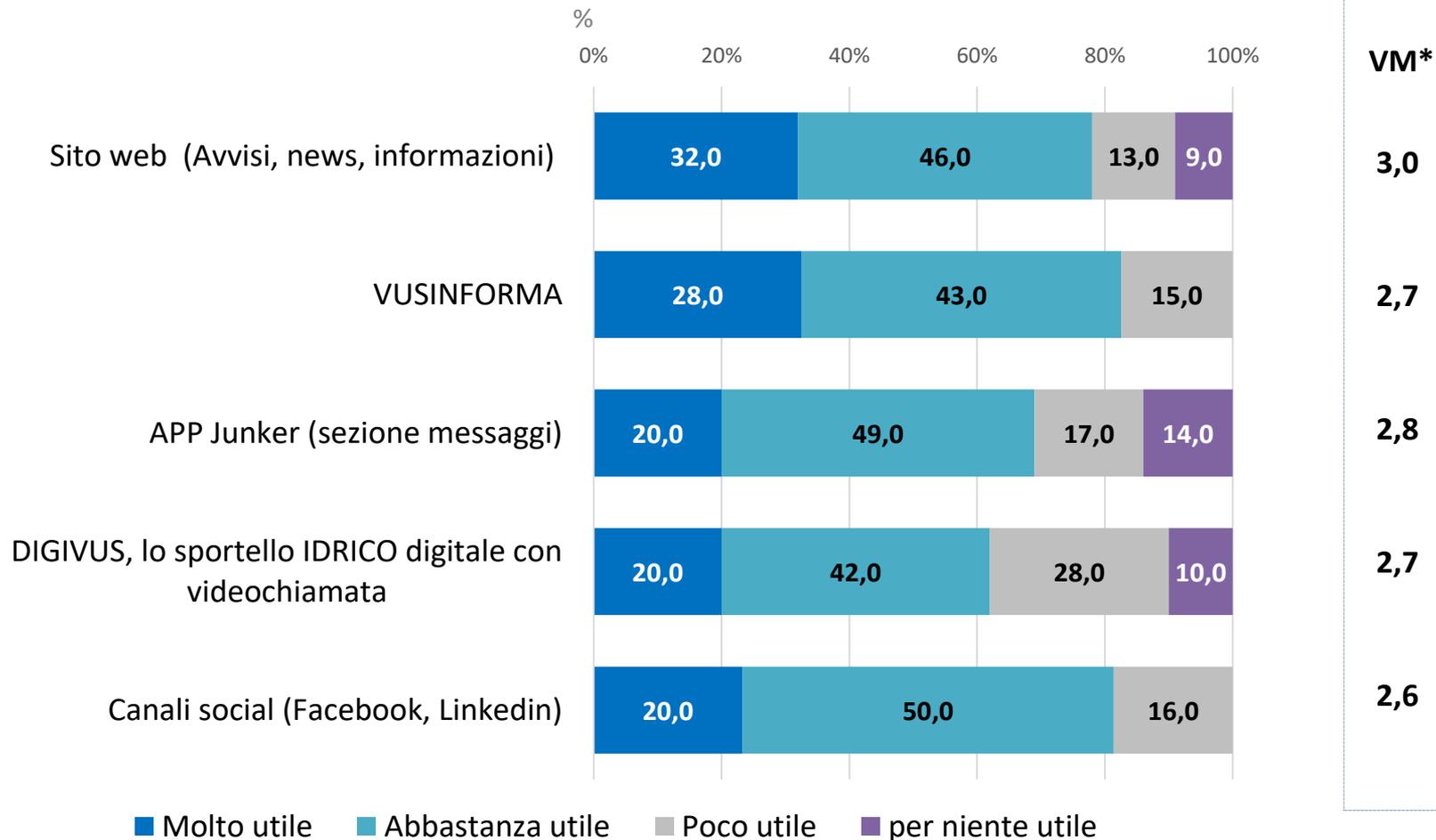


“Quali dei seguenti aspetti sono i più importanti?”  
(max 2 risposte)



# 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' 2,0%

## Tentativi per soddisfare la richiesta

- 1<sup>a</sup> visita **87,0%**
- visita successiva **13,0%**
- altro canale contattato **11,0%**

*"Dovevano verificare alcuni aspetti prima di rispondere"*  
*"Restavo a lungo in attesa"*  
*"Dovevo presentare documentazione mancante"*  
*"Problema irrisolto"*

NV (64%)  
Contatto personale  
(18,2%)

## Principali motivi di visita

- Richiesta nuovo contratto / attivazione 34,0%
- Preventivo nuovo allaccio 16,0%
- Subentro / Voltura 14,0%
- Rettifica importo bolletta 6,0%

## Informazioni coerenti nei diversi contatti



**20 RISPOSTE**

- del tutto 70,0%
- abbastanza 10,0%

## 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 **82,0%**



Risolve in parte, perché... **9,0%**



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

“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



**8,1**

TEMPI DI ATTESA



**8,2**

TEMPI DI GESTIONE  
DELL'OPERATORE



**8,4**

COMPETENZA  
DELL'OPERATORE



**8,6**

CORTESIA E DISPONIBILITÀ  
DELL'OPERATORE



**8,5**

CHIAREZZA DELLE  
INFORMAZIONI FORNITE  
DALL'OPERATORE



**8,4**

ACCOGLIENZA / COMFORT DEI  
LOCALI



**8,4**

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

**IMPORTANZA** (% di citazione)



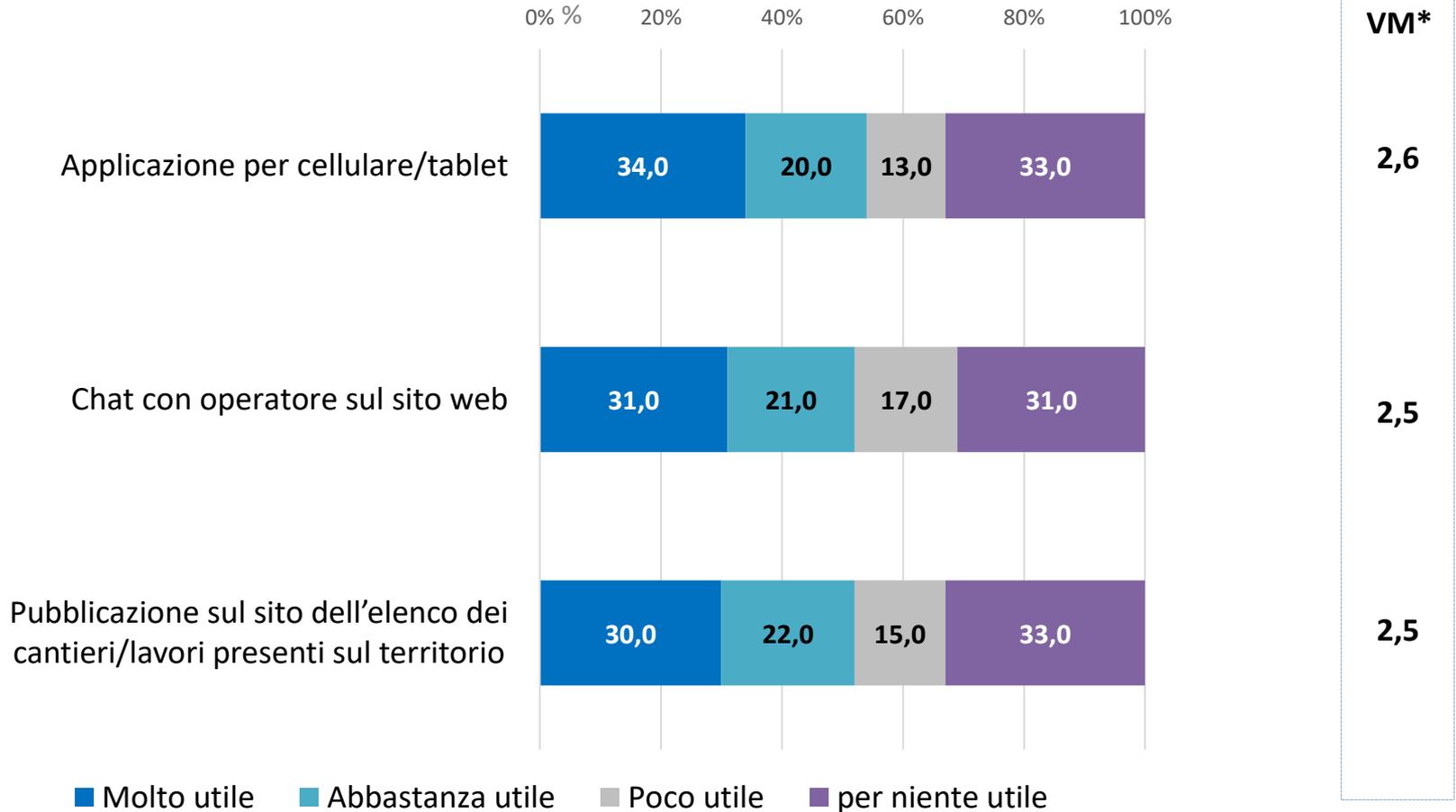
# Scelta dello sportello rispetto al NV

“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 rispondenti

VALORI %

PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO		base	CATI (800)	CAWI (200)
SESSO	UOMO		53,4	56,0
	DONNA		46,6	44,0
ETÀ	18-44 ANNI		18,6	16,0
	45-54 ANNI		23,2	18,5
	55 + ANNI		58,2	65,5
LIVELLO DI ISTRUZIONE	SUPERIORE		72,3	93,4
	INFERIORE		27,7	6,6

# Valutazione del servizio idrico

VALORI %

SODDISFAZIONE		base	CATI (800)	CAWI (200)
GIUDIZIO COMPLESSIVO	voto 6-10		92,9	88,5
QUALITÀ DELL'ACQUA	voto 6-10		98,4	87,0
ASPETTI TECNICI	voto 6-10		93,8	90,0
	<i>Continuità del servizio</i>		92,6	89,5
	<i>Livello di pressione</i>		90,9	87,0
FATTURAZIONE	voto 6-10		92,8	85,9
	<i>Regolarità lettura contatori</i>		91,4	72,6
	<i>Chiarezza e facilità lettura</i>		88,2	77,8
	<i>Correttezza dei consumi fatturati in bolletta</i>		91,8	80,8
	<i>Invio regolare fatture</i>		93,1	91,9
RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO	voto 6-10		83,8	78,0



### 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



Ricerca. Conoscenza. Futuro.

