Cadf: i dati della customer satisfaction 2024

Le indagini sulla soddisfazione degli utenti, che CADF svolge annualmente, sono un utile strumento per verificare alcuni aspetti qualitativi che condizionano in modo considerevole le scelte strategiche aziendali. Infatti, come rilevato all'interno della *mission*, la forte connotazione territoriale di CADF implica che il servizio per l'utente non sia solo un semplice adempimento, seppur importante, dei requisiti imposti dall'Autorità regolatoria, ma che al contrario rappresenti un obiettivo prioritario dell'Azienda, che ritiene il dialogo con i cittadini una risorsa intangibile essenziale per creare valore aziendale sostenibile nel medio e lungo termine.

Con l'indagine *customer* relativa all'anno 2024, l'azienda si è posta l'obiettivo di raggiungere un campione di 1.700 soggetti distribuito attraverso un processo di stratificazione, proporzionale alla numerosità dei residenti censiti nei singoli comuni (dati ISTAT anno 2023).

Per la rilevazione si è scelto di adottare una metodologia integrata CAWI e CATI, che ha previsto una piattaforma web dedicata e l'invio di 15.861 e-mail (con 935 risposte), di 20.000 sms (con 240 risposte) e 601 telefonate con operatore.

Sui 1776 utenti che hanno partecipato all'indagine, il 71,6% è compreso nella fascia d'età tra i 45 e i 75 anni, il 49,3 % sono donne e il 50,7% sono uomini.

L'analisi dei dati evidenzia in termini di **indice generale di soddisfazione (overall)** dei buoni risultati. Quest'anno infatti l'indice rimane assolutamente in linea con quello del 2023 raggiungendo un punteggio di 91,8 (vs 92 nel 2023).

Anche il **Customer Satisfaction Index (CSI),** che ottiene un punteggio di 81,6, con un lieve incremento rispetto al 80,8 del 2023, conferma il buon livello di soddisfazione degli utenti rispetto al servizio di cui hanno usufruito.

Questo risultato è positivo sia perché ribadisce la buona percezione del servizio rilevata tra gli utenti sia perché, confermando di fatto i risultati del 2023, anno in cui è stato introdotto un differente e più corretto campionamento degli utenti intervistati e una diversa metodologia che ha visto l'introduzione del canale

telefonico, conferma la solidità del dato e l'indipendenza da queste variabili.

Dall'analisi dei dati emerge che l'8,4% degli utenti valuta il servizio migliorato rispetto all'anno precedente, un dato in lieve diminuzione rispetto allo scorso anno (12%). I punti di forza dell'azienda che emergono sono la continuità e regolarità del servizio, la cortesia e disponibilità del personale (agli sportelli, al centralino e i letturisti), la qualità dell'acqua e la chiarezza della bolletta.

Tutti gli aspetti analizzati ottengono punteggi superiori a 75; solo il servizio prestato da CADF per risolvere un reclamo risulta inferiore a 40 (38,7). Solo il 3,7% del campione ascoltato comunque ha presentato un reclamo a CADF e questo dato è in miglioramento rispetto al 2023, dove la quota di coloro che avevano ricorso ad un reclamo era di 4,2%. Ciò nonostante è impegno dell'azienda indagarne nel dettaglio le motivazioni per apportare un miglioramento anche di questo aspetto.

Il 28,9% dei clienti ascoltati afferma di aver contattato CADF nell'ultimo anno e seppur in progressivo calo di anno in anno, il canale di contatto maggiormente utilizzato si conferma il numero verde (53,6% vs 55,5% del 2023), mentre al secondo posto in termini di utilizzo troviamo lo sportello, in continua risalita rispetto agli anni precedenti (25,1% rispetto al 15,7% del 2023).

Fra coloro che hanno contattato CADF tramite call center, solo il 13% afferma di non aver risolto la problematica per cui aveva contattato la società, dimostrando un miglioramento rispetto al 2023 (18,1%).

Anche la capacità risolutiva del contatto via email/sportello on line/sito risulta migliorata rispetto al precedente anno: la percentuale degli utenti che non ha trovato piena soddisfazione nella risposta scende infatti al 19,3% rispetto al 28,9% del 2023.

Gli utenti iscritti allo sportello online hanno espresso un elevato livello di soddisfazione dello stesso (7,73 – scala 1:10) ma solo il 59,9% degli intervistati sa di potersi iscrivere allo sportello on line. Anche i possibili servizi di cui si può usufruire tramite sportello on line sono ancora poco noti: il 42,6% ad esempio non sa di poter effettuare ogni tipo di richiesta tramite questo canale, il cui uso risulta in generale in calo (11,3% vs 15,7% del 2023). Questo dato evidenzia la necessità di fornire ulteriori informazioni sui servizi offerti agli utenti, così come sulla tariffa e sugli enti regolatori: il 41,5% degli utenti ascoltati infatti ad esempio non

sa ancora dire da chi sia stabilita la tariffa dell'acqua.

Altri aspetti sui quali l'azienda si impegna a migliorare perché risultati meno soddisfacenti sono i tempi di attesa al centralino e tempi di attesa alle richieste via mail/sportello online.

Anche per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, sociale ed economica (ESG) emerge la necessità di promuovere e diffondere maggiormente queste tematiche, visto che solo il 21% (in calo rispetto al 24,8% del 2023) degli utenti ascoltati sarebbe disposto a pagare una piccola cifra aggiuntiva in bolletta per sostenere investimenti aziendali volti a migliorare questi aspetti.

Il 40,2% del campione è a conoscenza delle attività di educazione alla sostenibilità svolte gratuitamente da CADF e il 77,5% dei clienti è convinto che tali attività possano creare un valore aggiunto sul territorio; l'importanza attribuita alla possibilità di proporre le stesse attività in futuro registra una media di 7,65 (scala 1:10) confermando l'impegno dell'azienda in questo ambito.

In calo invece la percentuale degli intervistati che dichiara di bere l'acqua del rubinetto (regolarmente od ogni tanto) che scende al 56,6% (vs 61,45% del 2023) e che spinge l'azienda a insistere sulle campagne di sensibilizzazione e informazione sull'uso dell'acqua potabile come acqua di qualità da bere.

Infine il servizio di telecomunicazione e connettività offerto da CADF è noto al 20,7% degli utenti ascoltati; solo il 4,3% ne usufruisce. Tra gli utilizzatori il livello di soddisfazione è molto elevato: l'94,3% si dichiara soddisfatto.

Fonte: Cadf.it