Risultati dell’Indagine di Customer Satisfaction di CADF: cresce la soddisfazione, ma restano alcune sfide da affrontare

Ascoltare le persone è una leva fondamentale per **migliorare** i servizi e orientare le scelte future. Per questo, anche nel 2025 CADF ha realizzato l’indagine annuale sulla soddisfazione dell’utenza, coinvolgendo **oltre 1.700 cittadine e cittadini**, con un campione rappresentativo dei territori serviti.

I risultati mostrano un quadro complessivamente positivo e in miglioramento rispetto all’anno precedente. L’indice generale di soddisfazione sale a 93,2 (era 91,8 nel 2024) e anche il Customer Satisfaction Index cresce, raggiungendo 85,6. Un segnale chiaro: il servizio è apprezzato e la **fiducia** resta solida.

Tra i principali punti di forza emergono la continuità e la regolarità del servizio, insieme alla cortesia e disponibilità del personale e alla facilità di accesso agli sportelli. Elementi che contribuiscono a mantenere alta la fiducia da parte della comunità.

Non mancano però gli ambiti su cui intervenire. In particolare, la bolletta continua a essere percepita come poco chiara. Anche i tempi di risposta e la gestione dei reclami risultano meno soddisfacenti, pur riguardando una quota contenuta: solo il 3,1% del campione dichiara di aver presentato un reclamo (in calo rispetto al 3,7% del 2024).

I canali di contatto più utilizzati restano il numero verde e lo sportello fisico, mentre cresce l’uso dello sportello online. Chi lo utilizza ne apprezza l’efficacia, ma quasi la metà delle persone intervistate non conosce ancora questa possibilità: un dato che evidenzia la necessità di informare meglio sui servizi digitali disponibili.

Dall’indagine emerge anche un bisogno diffuso di **maggiore chiarezza** su tariffe e ruolo degli enti regolatori, spesso poco conosciuti: il 27,1% delle persone non sa da chi siano stabilite le tariffe e il 39,3% le attribuisce erroneamente a CADF.

Allo stesso modo, i temi della **sostenibilità ambientale**, **sociale** ed **economica** richiedono una comunicazione più incisiva, per coinvolgere maggiormente la cittadinanza.

Sul fronte della sostenibilità infatti, solo il 21,1% si dichiara disponibile a contribuire economicamente per sostenere investimenti in ambito ambientale e sociale. Inoltre, il 33,8% conosce le attività di educazione alla sostenibilità promosse gratuitamente e il 69,6% ne riconosce il valore per il territorio.

Tra i dati più incoraggianti, cresce in modo significativo il consumo di acqua di rubinetto: il 69% delle persone dichiara di berla, contro il 56,6% del 2024.

Infine, il servizio di telecomunicazione è conosciuto dal 23,3% del campione e utilizzato da una quota ancora limitata (2,9%) con un livello generale di soddisfazione che resta alto.

Nel complesso, l'indagine restituisce un quadro incoraggiante, ma evidenzia alcune priorità: migliorare l'efficacia dei canali di contatto e continuare a rafforzare il dialogo con il territorio. Un percorso essenziale per rispondere in modo sempre più puntuale alle esigenze della comunità.

Fonte: Cadf