



# *Customer Satisfaction Audit 2020*

*Egato 6*

## **UTENTI DEL SERVIZIO IDRICO**

Nei 146 Comuni dell'Ambito Territoriale Ottimale Alessandrino N° 6  
132 della Provincia di Alessandria  
e 14 della Provincia di Asti  
Regione Piemonte

Giugno/Luglio 2020

Lavoro realizzato da



# Scheda tecnica: il campione e la metodologia dell'indagine

Universo dell'indagine: **325.225** residenti / utenti del Servizio Idrico nei 146 comuni delle provincie di Alessandria ed Asti della Regione Piemonte.

Area geografica delle interviste realizzate: La totalità delle città segnalate. La quantità di interviste realizzata in ogni città rispecchia in modo proporzionale la quantità di residenti (dati ISTAT 2019).

TOTALE RISPONDENTI: **1401** interviste finali

*Margine di errore: + - 2,61 %*

*Livello di confidenza: 95,0*

L'indagine si è svolta raccogliendo dati sul campo per sistema CATI dal 03 al 26 giugno 2020.  
Le interviste faccia a faccia sono state realizzate l'8, 9 e 10 luglio 2020.

Questionario strutturato con domande chiuse e aperte con controllo di coerenza.  
Questionario rivolto a colui/colei che gestisce principalmente il rapporto con l'azienda.

## ***Squadra in Campo***

---

*Statistiche: **Michela Natilli** – Università degli Studi di Siena – Ricercatore Scuola Superiore Sant'Anna, Pisa. Ricercatore CNR.*

*Analista Senior: Prof. **Hugo Daniel Estrella** – Master in Gestione di Conflitti - Università di Pisa. Docente ISO 26.000 presso Aalborg University di Copenhagen.*

*Relazioni Commerciali - Analisi ed attualizzazione della legislazione relativa: Dott. **Massimiliano Scioli***

*Capogruppo team intervistatori: **Simona Assogna**;*

*Intervistatori: **Stefania Ianiro, Jennifer Sannino, Cristina Petrelli, Erika di Valerio, Rossanna di Perna, Stefano di Gaspero, Barbara Assogna e Silvia Di Miero.***

*L'50 % degli INTERVISTATRICI HANNO LA LAUREA MAGISTRALE IN PSICOLOGIA CLINICA E DELLA SALUTE DELLA UNIVERSITÀ D'ANNUNZIO DI CHIETI – PESCARA.*

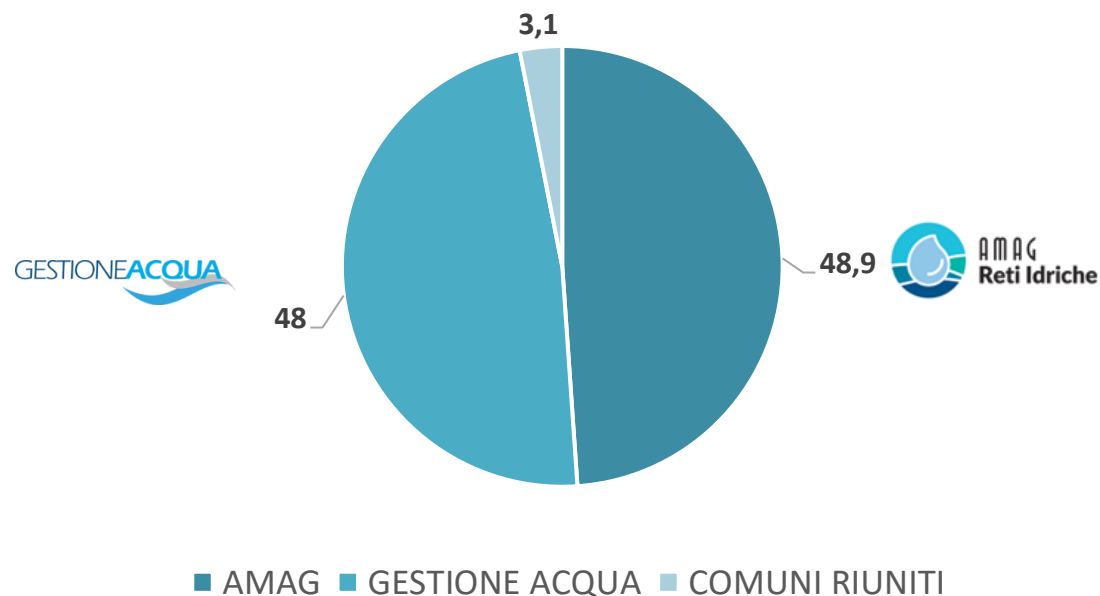
## Scheda tecnica: il campione e la metodologia dell'indagine

Abbiamo condotto un totale di 1.401 interviste ad utenti del servizio idrico dei quali 684 (**48,9 %**) serviti dall'Azienda AMAG; 672 interviste ad utenti dell'Azienda GESTIONE ACQUA (**48,0 %**); E 43 interviste (**3,1 %**) di utenti serviti da COMUNI RIUNITI.

Il risultato finale della raccolta dati in campo ha rispettato –con un margine di errore intorno allo 0,5 % - le quote proporzionale pre-stabilite nel progetto originale per ogni azienda concessionaria del Servizio Idrico nell'ambito del ATO 6 Alessandrino, che sono le seguente: AMAG, 48,3 %; GESTIONE ACQUA, 48,2 %; COMUNI RIUNITI, 3,6 %.

Il rispetto della proporzionalità ci offre un risultato generale dell'indagine assolutamente bilanciato con la realtà dei fatti.

Intanto che la numerosità del campione prelevato per ogni una delle due principali aziende ci offrirà, nello svolgimento dell'analisi statistico, la possibilità di avere risultati focalizzati per poter realizzare un confronto sui principali indicatori.

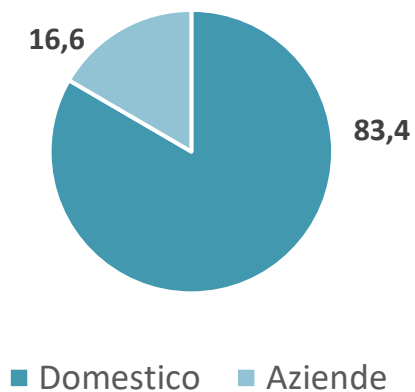


## Scheda tecnica: il campione e la metodologia dell' indagine

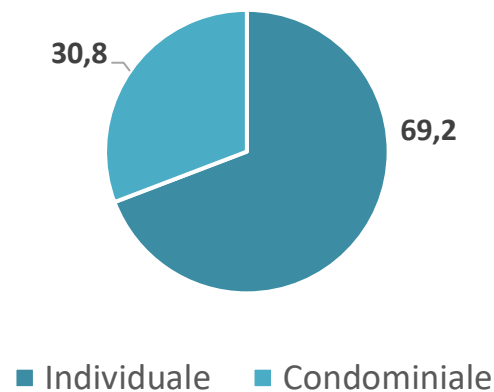
Il «tipo d'utenza» è maggiormente «domestica» (83,4%) che a sua volta viene qualificata tra «fornitura individuale» o casa unifamiliare (69,2 % dell'utenze domestiche) e «fornitura condominiale», che ammontano al 30,8 % dell'utenze domestiche.

Intanto che le utenze «aziendale» prelevate sono state il 16,6 % del totale, una percentuale congrua con i dati disponibile per la provincia di Alessandria.

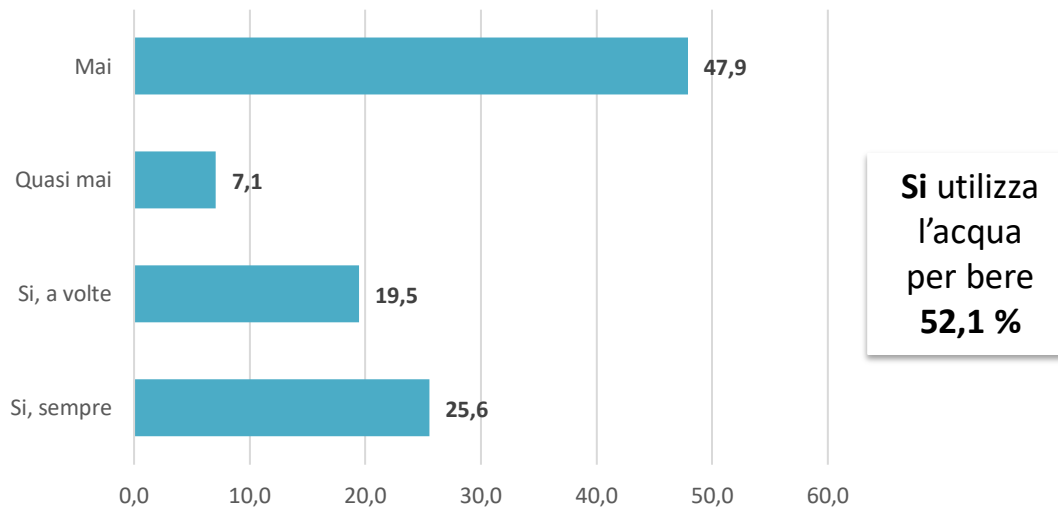
Tipo d'Utenza



Tipo de fornitura



## Utilizza l'acqua del rubinetto per bere?



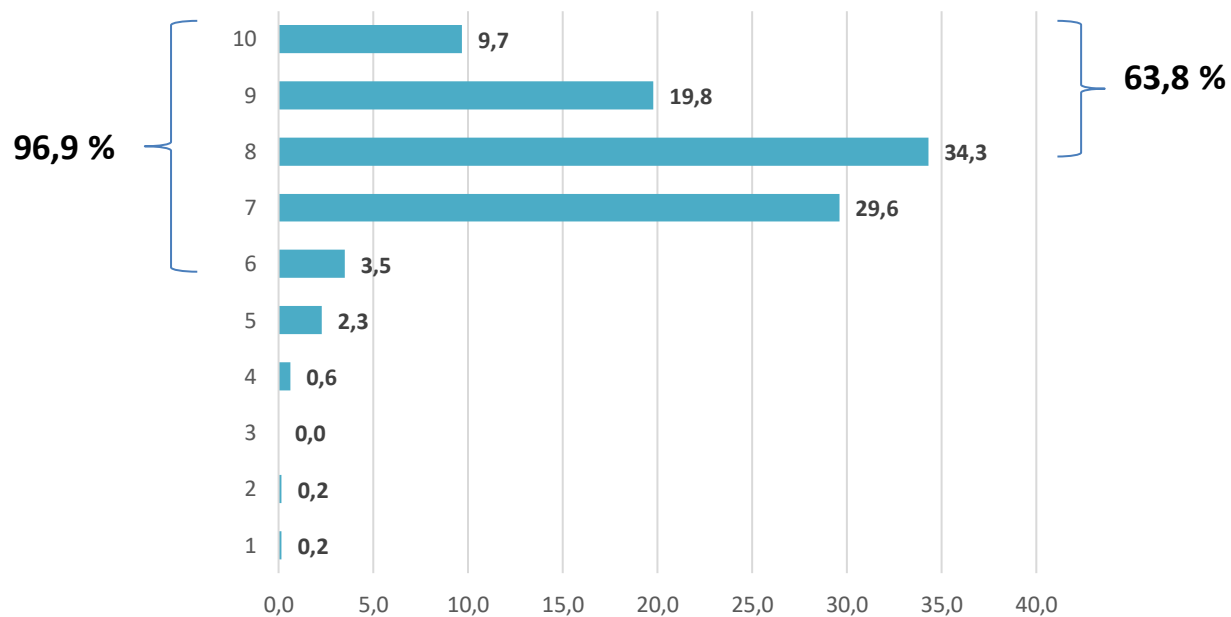
TREND	2020	2017	2013	2008	2006	2004	2003	Standard Mercato STRATEGICA
Si, beve	52,1	36	41	43	21	30	36	59,5
No, mai	47,9	64	59	57	79	70	64	40,5

%

Standard di Mercato elaborato da STRATEGICA in base ai dati propri. È la media di tutti i lavori svolti nell'ultimo anno in quattro Regioni d'Italia, corrispondenti a 7.800 interviste.

## Se SI, Quanto è soddisfatto della qualità dell'acqua?

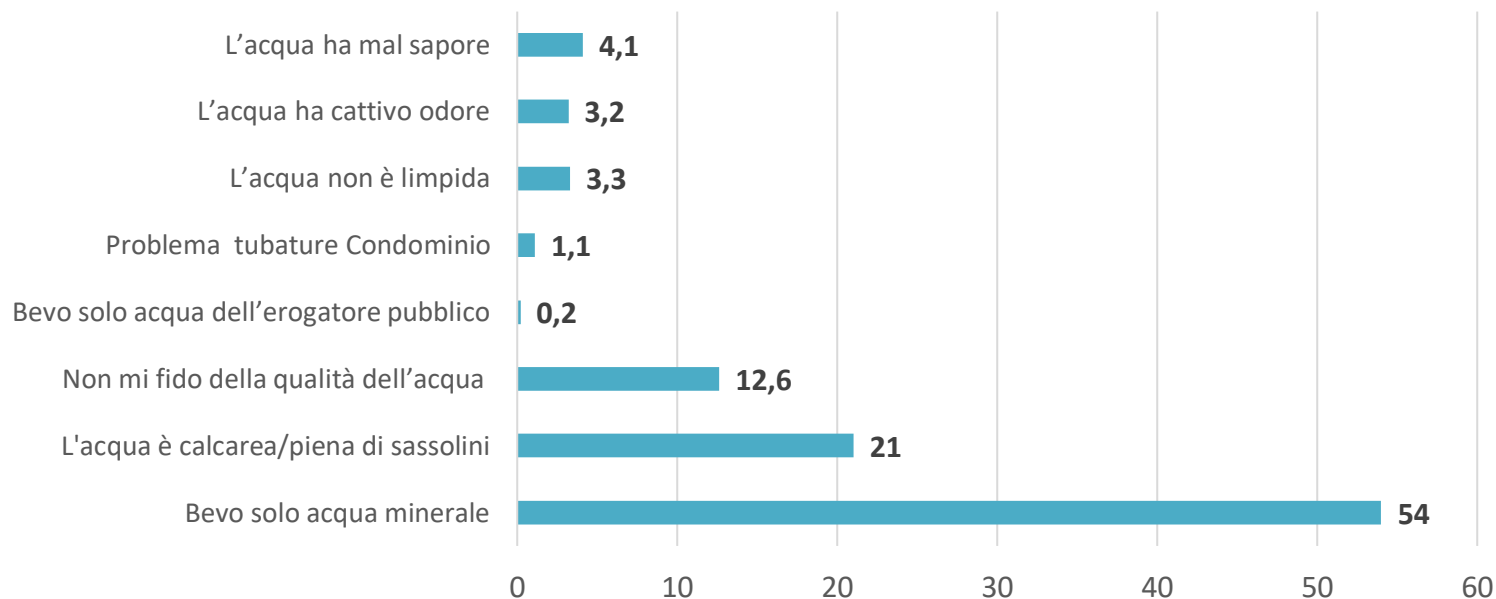
Sul **52,1 %** del totale che beve l'acqua del rubinetto



Gli utenti che rispondono di bere l'acqua del rubinetto sono 52,1% (lo standard di mercato da noi rilevato è di 59,5%, dunque il consumo è al di sotto della media). Il consumo è anche al di sotto della media europea, però **i soddisfatti per la qualità dell'acqua sono il 96,9 %**. C'è quindi una eccellente base di qualità percepita e un ampio spazio per lavorare nell'aumento della quota percentuale del consumo che permetterebbe, per esempio, di concorrere con l'acqua imbottigliata. L'alta soddisfazione di chi beve acqua di rubinetto (voto 8, 9 e 10) arriva al 63,8%, un risultato molto positivo.

## Non beve acqua del rubinetto – Perché?

sul **47,9 %** del totale che non beve l'acqua del rubinetto



L'acqua in bottiglia è la principale alternativa di chi non beve l'acqua del rubinetto.

Oltre ai motivi «tecnici» (sassolini, odore, ecc.) c'è un 12,6% che la evita per motivi psicologici, per la scarsa fiducia. Questo è uno spazio da mirare *ab initio* e da lavorare chiaramente per incrementare il consumo.

Le normative UE indette quest'anno in seguito all'iniziativa cittadina "Right2Water", la prima ad aver avuto esito positivo con oltre 1,8M di sostenitori, tendono precisamente a garantire la qualità del fluido, e servono a stimolarne il consumo.

# Acqua del rubinetto per bere

## Considerazioni

Come menzionavamo prima c'è un interesse tanto cittadino quanto istituzionale per promuovere il consumo di acqua del rubinetto e la diminuzione dell'acqua imbottigliata e, di conseguenza, l'utilizzo della plastica. Questo si vede anche nelle nuove normative che dal 2018 spingono verso il raggiungimento di quell'obiettivo.

Nei nostri lavori per diverse aziende del settore abbiamo visto come la tendenza si assesta e come risultano molto positive le promozioni fatte in questo senso. Sia attraverso i distributori sparsi sul territorio (chioschetti/case dell'acqua), sia attraverso la collocazione di erogatori all'interno di uffici pubblici, ospedali, ecc. si promuove il passaggio verso l'acqua di rete per il consumo. Succede anche nella promozione nei ristoranti, con le brocche messe gratuitamente al servizio dei clienti.

La promozione comunitaria si può consultare qui: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-5813-2020-INIT/en/pdf>

L'analisi di questo fattore ribadisce (lo si vede nei grafici successivi) che la quasi totalità degli intervistati considera gli aspetti tecnici del servizio come importanti (99,9 %), e quelli che lo reputano «Molto Importante» (voto 8-10) sono il 98,1%.

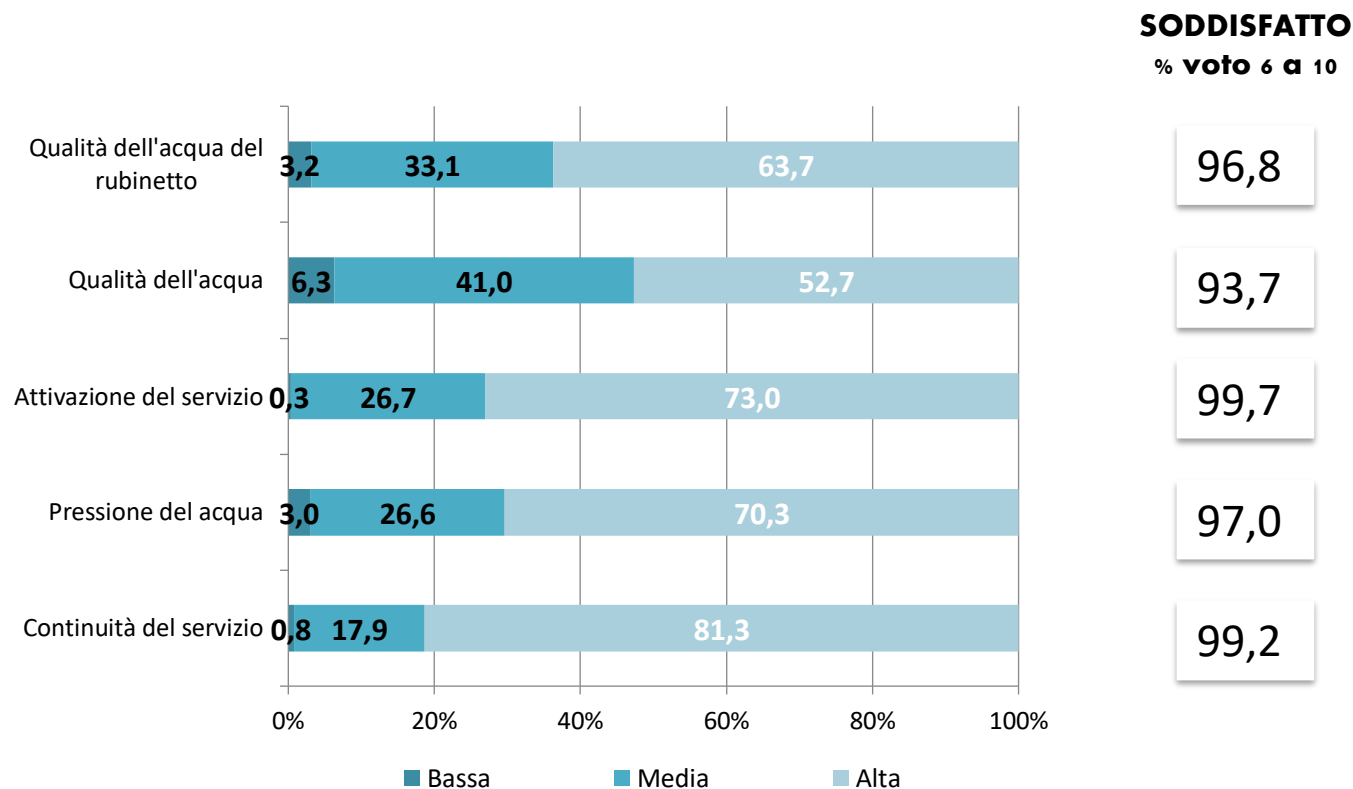
A partire di questa indagine possiamo iniziare a stabilire il trend di chi consuma l'acqua potabile e anche di capire se le misure messe in campo per stimolare il consumo risultano efficaci. Il 52,1 % degli intervistati ha dichiarato che beve l'acqua del rubinetto almeno qualche volta e di questi, la metà, lo fa sempre. Vediamo allora che c'è molto da fare per capovolgere i numeri. La base di insoddisfazione esiste, perché, come vediamo più avanti, quelli che approvano la gestione tecnica sono una altissima percentuale (98,7 %).

La soddisfazione sulla qualità dell'acqua (sapore / odore / colore / limpidezza) è abbastanza soddisfacente (93,7 %) anche se non considerata eccellente, presenta delle criticità particolari in alcune città che vengono segnalate in su totalità alla fine del Fattore Tecnico (acqua calcarea, presenza di sabbiolina, cloro, ecc.)

Riguardo altri aspetti che segnalavamo, e segnaliamo, inerenti al consumo dell'acqua per bere, vediamo che gli insoddisfatti che manifestano ALTA insoddisfazione (voto 1 a 4) rimangono a livelli bassi (1,0 %).



## ASPETTI TECNICI - dati comparati grado di soddisfazione

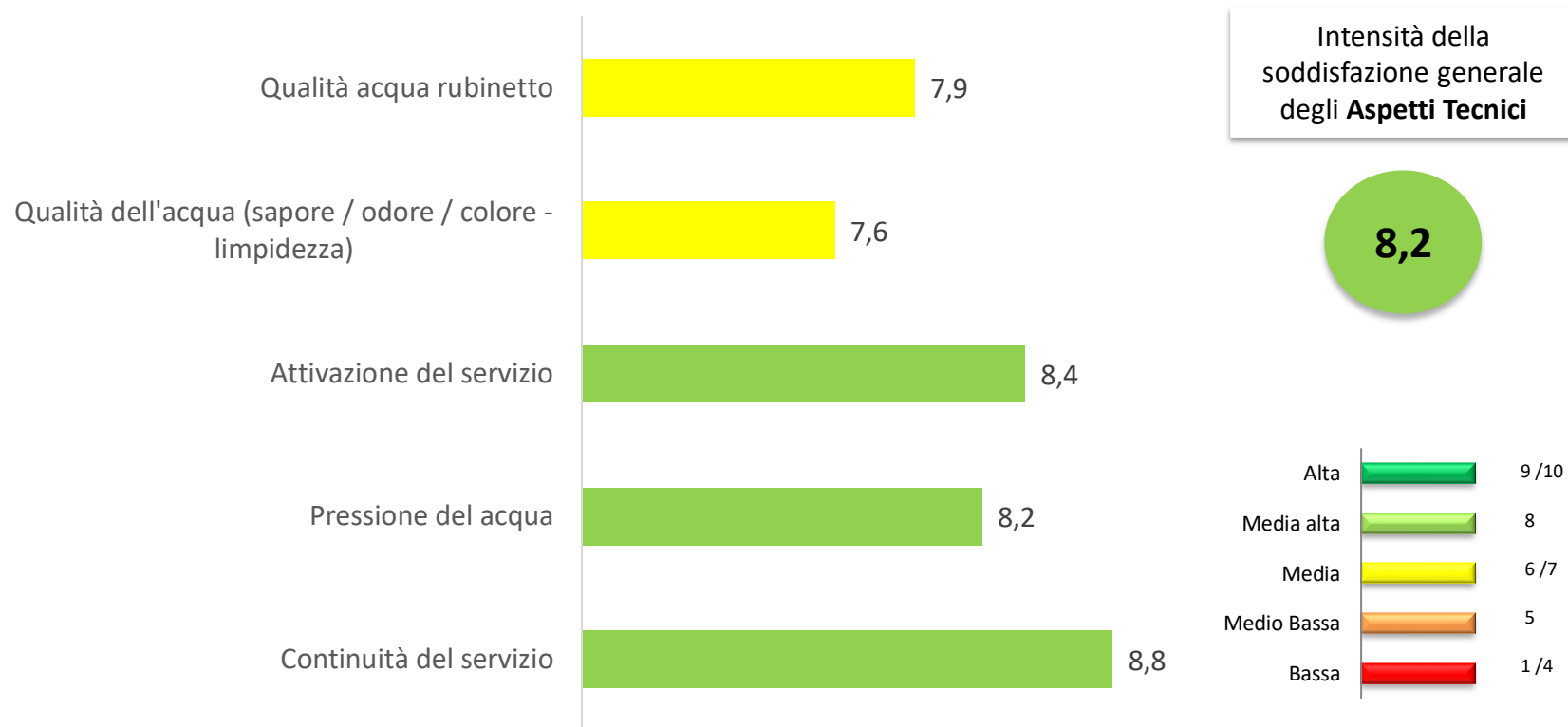


Indice % di soddisfazione TOTALE Aspetti Tecnici

**97,2**

## ASPETTI TECNICI - dati comparati

### Intensità del grado di soddisfazione



## ASPETTI TECNICI- grado di soddisfazione

### Considerazioni

Nella continuità dell'analisi di questa sezione si vede un sostenuto alto livello di soddisfazione degli utenti, che approvano al 97,2 % l'insieme dei fattori tecnici, una percentuale molto buona, con dei punteggi più bassi in sub fattori che sono vincolati **alla qualità dell'acqua in generale e del consumo dell'acqua di rubinetto**.

Qui vediamo come la “qualità dell'acqua” (odore / sapore / colore / limpidezza) è la valutazione più bassa del sistema tecnico (93,7 %).

Valore che migliora per chi beve l'acqua del rubinetto (96,8 %).

Cioè, chi consuma l'acqua per bere, ed ha un contatto più permanente col fluido, logicamente sente di più le specificità (nel bere, nel cucinare, nel fare il bagno), rispetto a chi si lava le mani in ufficio o utilizza i servizi igienici.

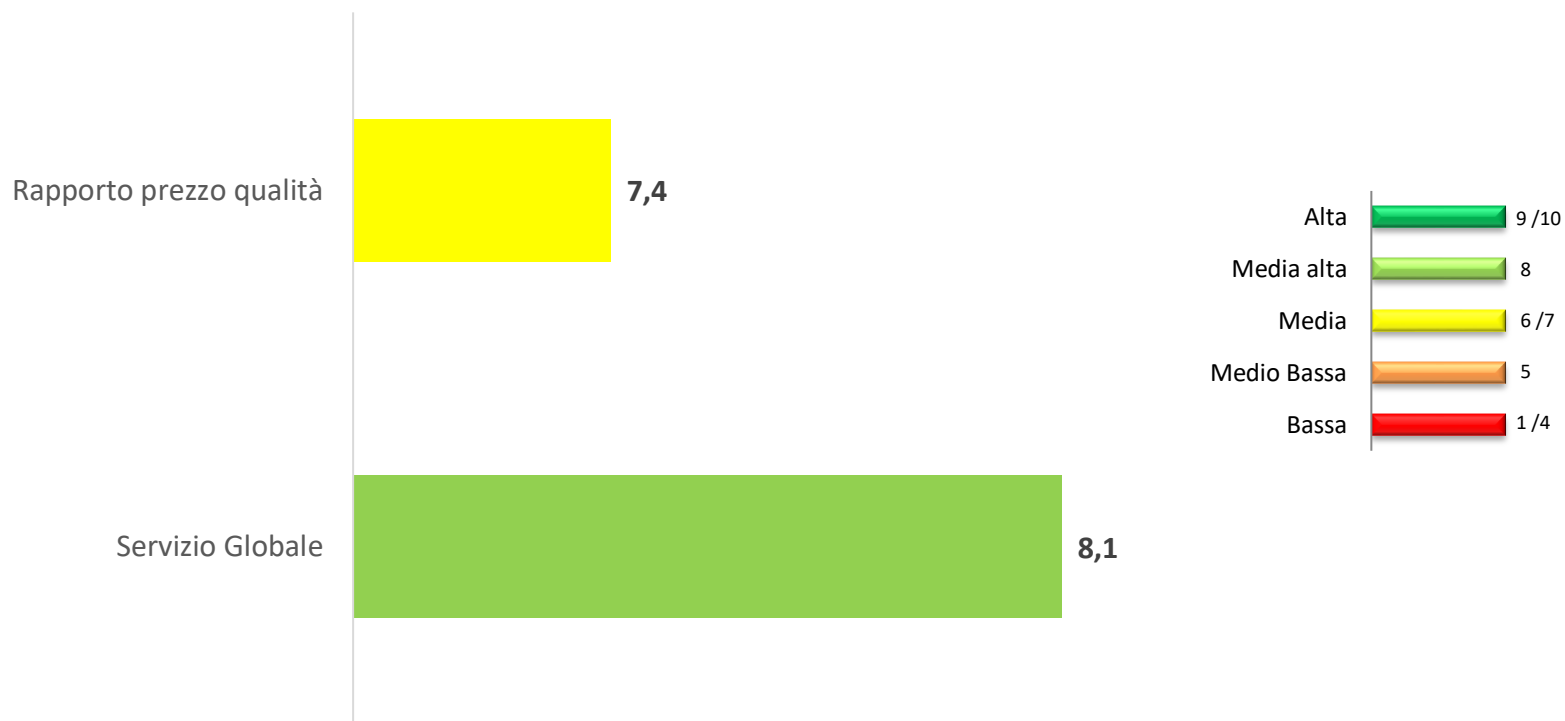
L'intensità della soddisfazione del Fattore risulta MEDIA ALTA (8,2) ed è sostenuta principalmente dalla “continuità” e dai “tempi di attivazione” del servizio, così come per la “pressione”.

I fattori più soddisfacenti sono l'«Attivazione» e la «Continuità» del servizio, con un 81,3 % e 73 % rispettivamente di Alta Soddisfazione.

Intanto l'Alta Soddisfazione (voto 8-10) nella “qualità generale dell'acqua” si ferma al 52,7 % dei voti, dimostrando che **c'è un ampio margine per migliorare**.

I commenti degli utenti -nelle pagine che seguono, dati ricavati all'ascolto- dimostrano che, indipendentemente dell'Azienda fornitrice, ci sono delle criticità a “macchia di leopardo” su tutto il territorio al riguardo della qualità dell'acqua.

## Servizio Globale / Rapporto prezzo qualità dati comparati della INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



# SERVIZIO GLOBALE / RAPPORTO PREZZO QUALITÀ

## Considerazioni

Sebbene l'aspetto economico del servizio può influire negativamente nella considerazione di questo rapporto prezzo/qualità (tutti vorrebbero molto di più di quanto ricevono per il prezzo che pagano, come in ogni rapporto commerciale) vediamo comunque che c'è una soddisfazione alta riguardo il servizio erogato e quanto viene pagato.

La Soddisfazione per quanto riguarda il Servizio Globale arriva ad un 98,5 %, quasi in parità ed un poco oltre il 98,2 % di quelli che la ritengono molto importante, cioè, **un'ottima valutazione complessiva dalla parte dell'utente.**

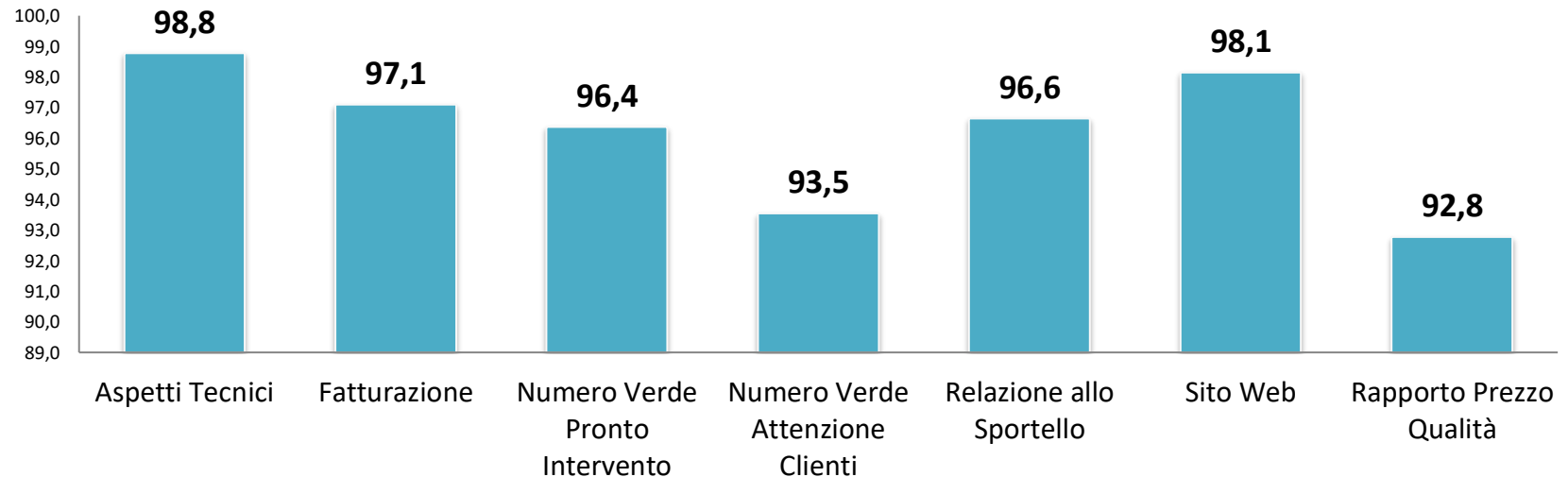
Inoltre, quando viene posta la domanda sul rapporto Prezzo/Qualità, contrariamente ad ogni logica negativa, si arriva ad un 92,8 % di soddisfazione. Ovviamente con un'intensità meno forte, ma comunque, anche se si menzionano diverse criticità, questo è un segno di un lavoro che si apprezza e di **un prezzo che si rapporta consono con il servizio offerto.**

C'è ancora da lavorare sull'intensità di questi voti positivi, che come Servizio Globale sono già in area di Media Alta. Intanto il rapporto Prezzo/Qualità raggiunge un 7,4 proprio in mezzo dell'area di intensità Media, che fa ben sperare ad una crescita, perché i valori di approvazione sono sempre molto elevati.

# CUSTOMER SATISFACTION INDEX 2020

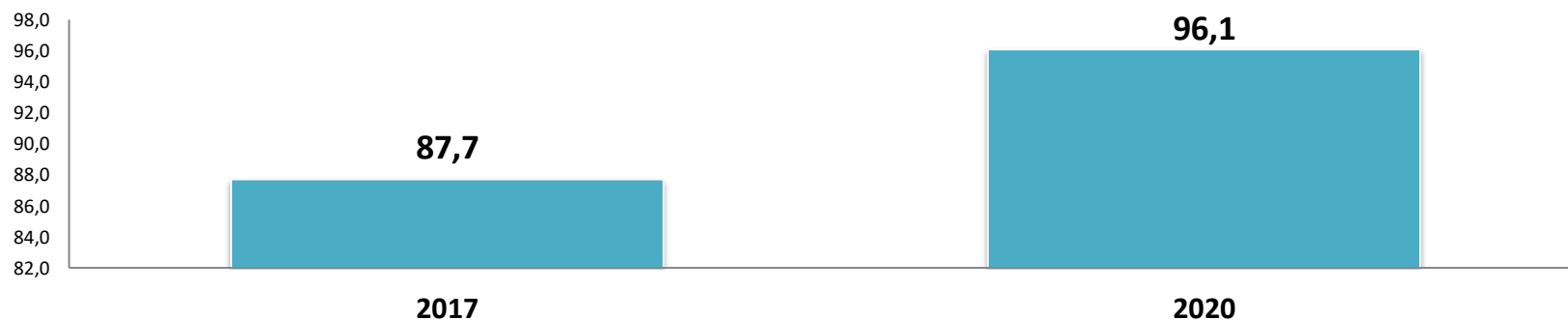
# 96,1

**Utenti soddisfatti** Media ponderata della percentuale del voto da 6 a 10 (*overall*) su ogni fattore



# CUSTOMER SATISFACTION INDEX TREND

Utenti soddisfatti 2017 – 2020 voto da 6 a 10



Abbiamo riscontrato una difficoltà obbiettiva per rendere affidabile il TREND che presentiamo.

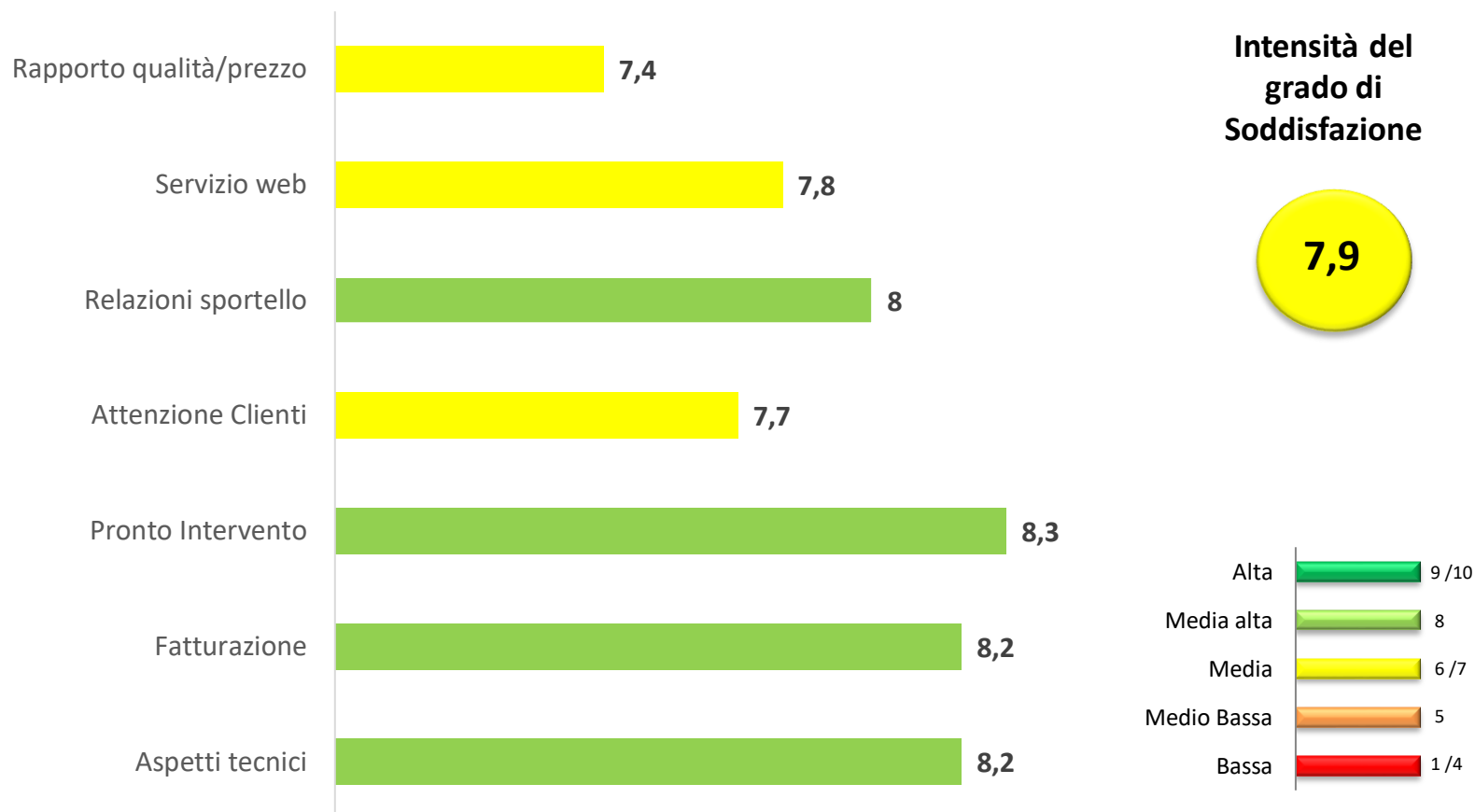
I lavori fatti in precedenza non presentano le stesse caratteristiche tecniche dell'attuale, il quale se attiene alle esigenze della recente normativa e alle caratteristiche tecniche richieste dall'autorità competente: **Deliberazione 18 giugno 2019 242/2019/a** - Quadro strategico 2019-2021 dell'autorità di regolazione per energia reti e ambiente – ARERA.

Inoltre, per rendere congrua la comparazione, presentiamo il risultato del 2017 con li stessi parametri di soddisfazione utilizzato nel 2020. Cioè che la soglia di soddisfazione viene determinata dalla percentuale risultante del totale dei voti da 6 a 10.

Le differenze metodologiche fanno che il TREND abbia in sé un valore statistico «medio», non di alta precisione. La continuità annua della misurazione con la metodologia attuale offrirà, dall'anno prossimo, un TREND 100 % affidabile del risultato generale e di ogni uno degli Indicatori presenti nella Customer Satisfaction 2020.

# CUSTOMER SATISFACTION INDEX

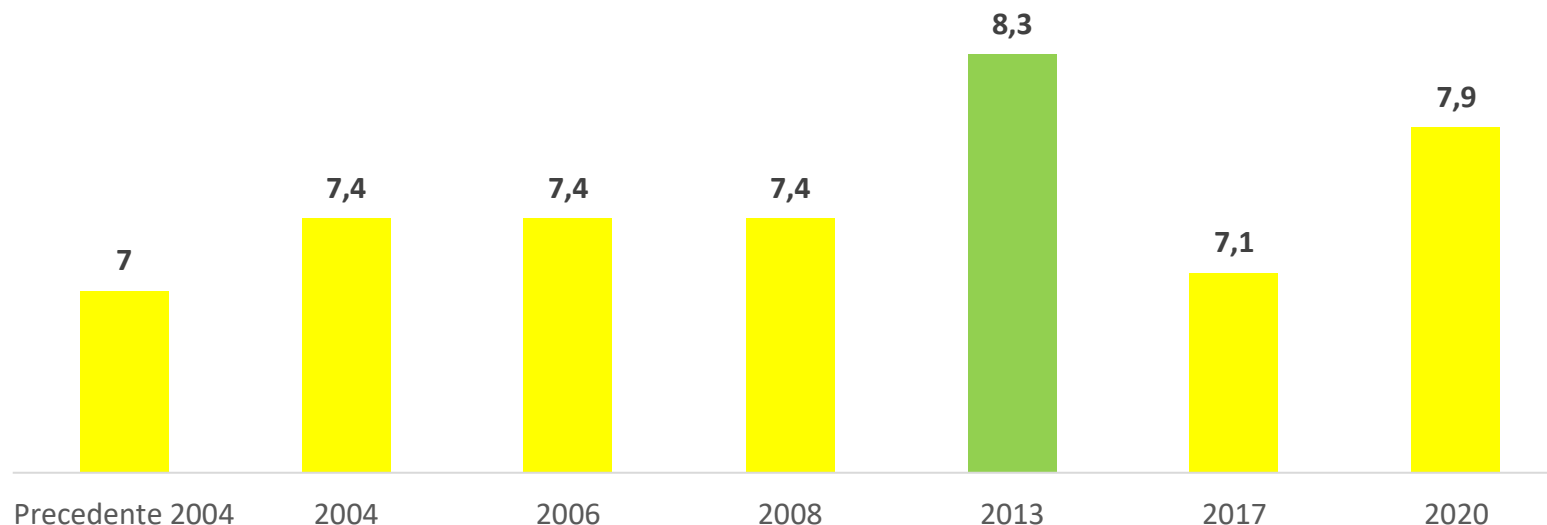
dati comparati - INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE





## CUSTOMER SATISFACTION INDEX

dati comparati - INTENSITÀ del grado di SODDISFAZIONE



Quello che chiamiamo l'INTENSITÀ del grado di soddisfazione viene determinato per la MEDIA DEI PUNTEGGI dato dall'utenza.

Su questo argomento il TREND è più semplice e più affidabile dal punto di vista statistico perché, oltre alle differenze metodologiche tra le misurazioni preve e l'attuale, la media dei punteggi è una costante che non viene alterata dalla metodologia né delle caratteristiche tecniche dello svolgimento dell'analisi.

Questo TREND, di conseguenza, può considerarsi **statisticamente valido e rappresentativo** di un andamento annuo di soddisfazione, dove si registra una crescita dal valore 7,1 del 2017 all'attuale punteggio di 7,9, rappresentativo di una intensità medio-alta di soddisfazione.

## CUSTOMER SATISFACION INDEX 2020

### Nota metodologica

NOTA METODOLOGICA: Per costruire un Indice di Customer Satisfaction (sintetico) abbiamo assegnato ad ogni Fattore un peso specifico relativo all'importanza che ognuno ha all'interno del sistema.

FATTORE	PESO
Aspetti Tecnici	0,20
Fatturazione	0,15
Numero Verde Pronto Intervento	0,15
Numero Verde servizio Clienti	0,12
Relazione allo Sportello	0,10
<b>Sito WEB</b>	0,08
Rapporto Prezzo Qualità	0,20

STANDARD DI MERCATO: Elaborato con dati propri dei lavori svolti nell'ultimo / Aziende di Servizio Idrico Integrato, per un totale di 7.800 interviste.

	Standard di Mercato	ATO 6
CSI Sintetico	91,4	96,1

## CUSTOMER SATISFACION INDEX 2020 - Considerazioni

L'analisi tiene conto che, dovuto alla mutazione della metodologia di misurazione come già segnalato prima, dobbiamo concentrarci sull'Intensità (media dei voti) per avere certezza statistica.

Alcuni degli aspetti più importanti del servizio, sia per "Relazione allo sportello", "Pronto intervento", "Fatturazione" e "Aspetti tecnici" sono quelli che raggiungono l'intensità più elevata.

Non è che un gran bene il fatto che argomenti, diciamo nodali, del rapporto con gli utenti e la qualità del servizio erogato, siano i più pregiati, come il caso di "Fatturazione" (rapporto Economico) e "Aspetti tecnici" (aspetto concreto del servizio erogato); E "Relazione allo sportello" (incontro faccia a faccia con l'utente) e "Pronto intervento" (risoluzione dei problemi con tempestività ed efficienza).

Difficilmente questi elementi possa donare una miglior fotografia della qualità del servizio ed i rapporti con il cittadino. Tutti loro si verificano come i più valorizzati dall'utenza, con un livello di soddisfazione MEDIO ALTO.

Susseguono, in ordine decrescente per l'intensità, ma sempre dentro quella MEDIA, "Servizio Web", "Attenzione Clienti" e "Rapporto Qualità/Prezzo". Sempre un buon risultato, anche per quello più antipatico come il prezzo. Ma c'è comunque spazio per migliorare.

La approvazione fattore per fattore evidenzia in generale una alta soddisfazione sopra il 96 %, fatta eccezione dal "Numero Verde Attenzione Clienti" che scende al 93,5 %; E del "Rapporto Prezzo-Qualità", che si ferma al 92,8 %. **Sono questi gli aspetti segnalati come una priorità d'intervento da parte dell'Utenza.**

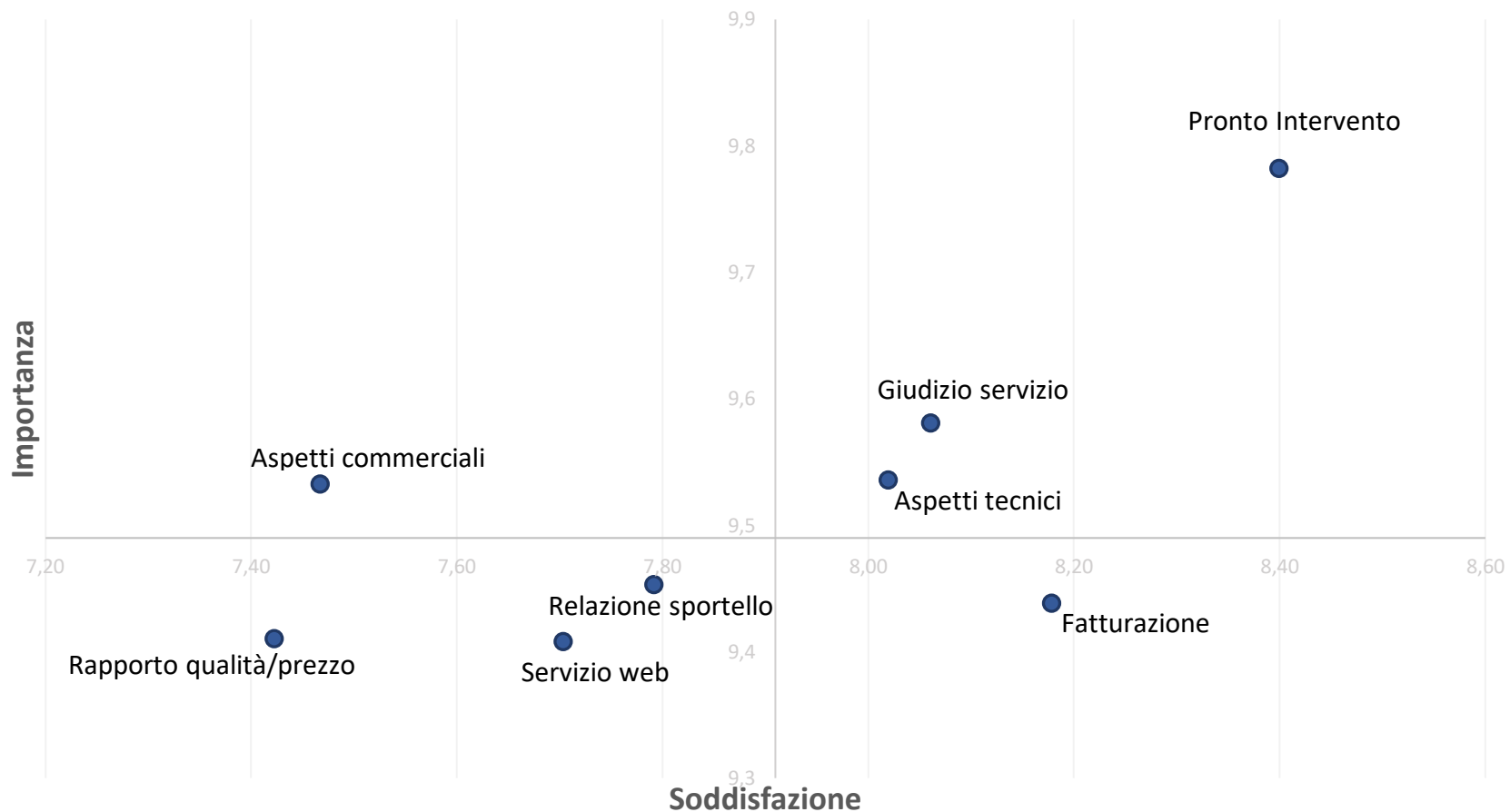
Il calcolo del Trend annuo, dal pre 2004 ad oggi, segna il punto più basso (7,0) per la prima misurazione antecedente al 2004, poi un assestamento in 7,4 per diversi anni, con un picco di 8,3 nel 2013, una caduta stimata in 7,1 nel 2017, ed una risalita misurata oggi con 7,9 d'intensità, al limite proprio tra quella Media e Media Alta.

Il dato attuale (7,9) segna un nuovo **innalzamento nella parabola dell'andamento**. Un dato positivo nel contesto del TREND annuo del servizio idrico.

# MAPPA DELLE PRIORITA'

Area di possibili  
**Miglioramenti**

Punti di Forza da  
**Mantenere**



Aspetti secondari  
da **Monitorare**

Opportunità da  
**Valorizzare**

## MAPPA DELLE PRIORITA' CONSIDERAZIONI

Vediamo qui come si posizionano i diversi aspetti considerati in linea con l'intensità della soddisfazione e l'importanza assegnata dagli utenti a ciascuno di loro.

Nella costruzione della Mappa si tiene conto della media dei punteggi assegnati e non della percentuale di utenti che votano tra 6 e 10, quelli considerati «soddisfatti». Ci sono quelli più in alto che dimostrano maggiore importanza (asse verticale: Importanza) e quelli più a destra segnalano maggiore soddisfazione (asse orizzontale: Soddisfazione).

È da tenere conto che il posizionamento dentro questo quadro è del tutto relativo alle domande fatte, agli aspetti presi in considerazione. Comunque, comparati con l'intensità della soddisfazione (media dei punteggi dati), con tanti argomenti valutati intorno al punteggio 6-8 (intensità «media» e «media alta» come emerso attraverso tutta l'indagine per tutti i Fattori), risulta logico che la maggior parte degli aspetti si fissano allontanandosi poco da una certa parità.

**Opportunità da VALORIZZARE:** Il quadro in basso a destra rivela punti di alta soddisfazione ed importanza relativa. Troviamo qui l'aspetto «Fatturazione». In questo caso la Fatturazione ha una altissima approvazione ma un'importanza relativa, il che lo mette più in basso rispetto agli aspetti tecnici, per esempio.

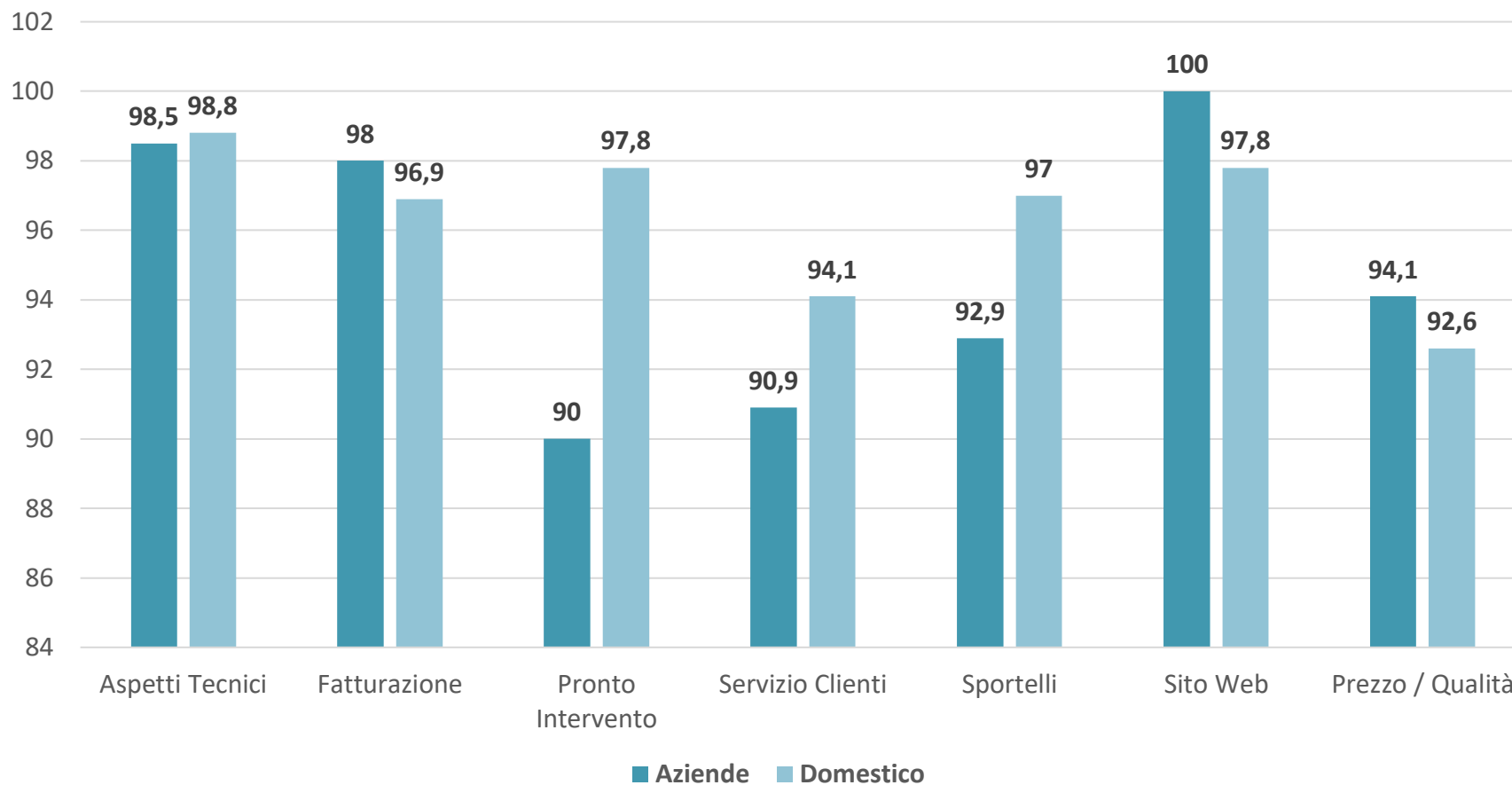
Possibilmente l'aspetto «Fatturazione» potrebbe migliorare l'importanza nella percezione degli utenti attraverso un *restyling* grafico della bolletta, che metta in evidenza i **punti di forza segnalati dalla propria utenza**. Gli «Aspetti tecnici», invece, sono molto più importanti per l'utenza, ma meno intensamente soddisfacenti in comparazione.

**Punti di Forza da MANTENERE:** «Pronto intervento», «Giudizio globale» e «Aspetti tecnici», si posizionano a destra ed in alto, nella zona di sicurezza per maggior soddisfazione e maggior importanza. La collocazione del «Giudizio globale» nella Mappa delle Priorità è senz'altro un'ottima notizia per l'ATO 6 Alessandrino, insieme agli altri due **fattori che dimostrano fiducia nell'agire tecnico e complessivo** delle aziende.

**Aspetti secondari da MONITORARE:** In basso a sinistra, una zona dove l'importanza è minore e la soddisfazione bassa, sono gli aspetti da monitorare: «Relazioni allo sportello», «Servizio Web» e «Rapporto qualità/Prezzo». Sono punti che **possono diventare di forza o di criticità** d'accordo all'intervento che su di loro si faranno nel futuro.

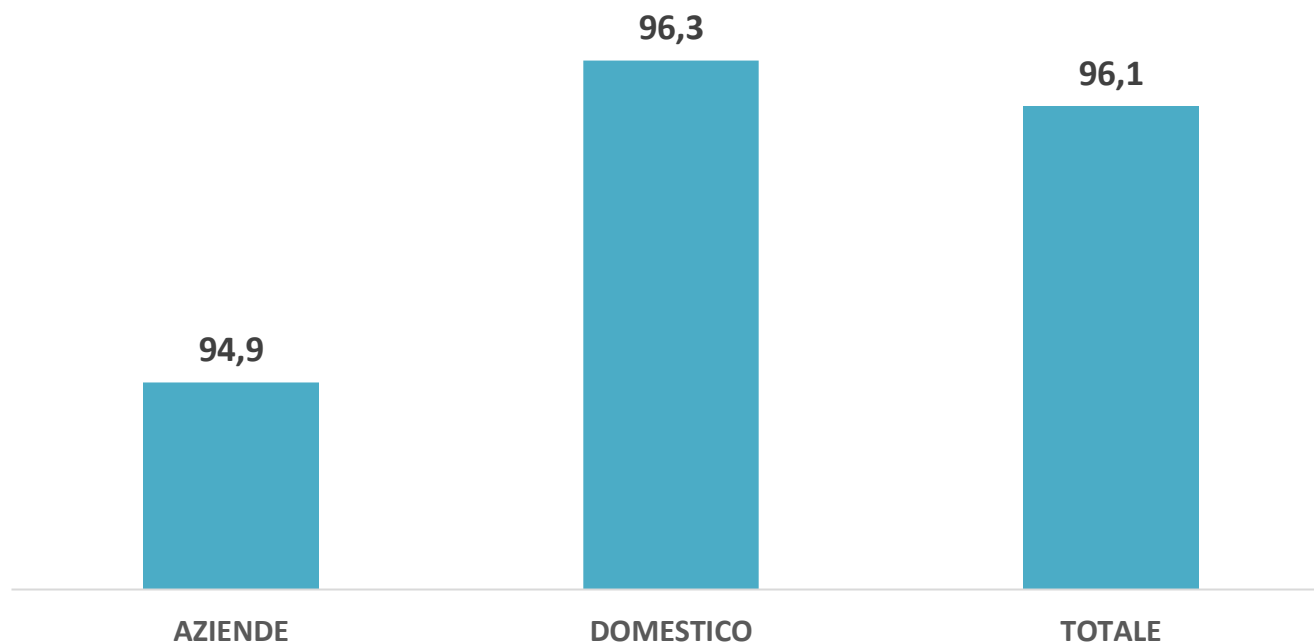
**Area di possibili MIGLIORAMENTI:** Finalmente la zona che desta preoccupazione perché considerata importante e poco soddisfacente, in alto a sinistra: qui troviamo soltanto gli «Aspetti commerciali», poco al di sopra della linea media, un aspetto da tenere conto per **promuovere miglioramenti**, come già evidenziato.

## DATI COMPARATI INDICATORI - grado di SODDISFAZIONE per Tipo di Utenza



## CS INDEX 2020 per Tipo di Utenza

### DATI COMPARATI - grado di SODDISFAZIONE



## CS INDEX 2020 - grado di SODDISFAZIONE per Tipo di Utente CONSIDERAZIONI

Vediamo che nella segmentazione della valutazione tra utenze domiciliari e aziendali, esiste una diversa percezione dell'andamento del servizio fornito.

Possiamo dire che questo **soddisfano molto di più gli aspetti economici per le aziende che per i privati**, già che superano nel voto dato ai fattori quali: "Fatturazione", "Servizio Web", e "Rapporto Prezzo-Qualità" del servizio.

Una logica impeccabile da parte di chi fa affari e si occupa di cercare sul web scadenze e bollette, che controlla la fatturazione per inserirla in un budget e un quadro di spese, e che trova che i costi son consoni al servizio ricevuto.

**L'aspetti meno valorizzati dall'utenza aziendale** sono quelli del rapporto con i fornitori: "Pronto intervento", "Servizio clienti" e "Sportelli".

**Dall'utenza domestica** vediamo che chi deve fare il bagno, bere l'acqua, cucinare, curare il proprio giardinetto, valuta di più aspetti come quelli "Tecnici", la tempestività del "Pronto intervento", la efficienza degli "Sportelli". Scende l'approvazione per il "Servizio Clienti" (in sintonia con l'utenza aziendale);

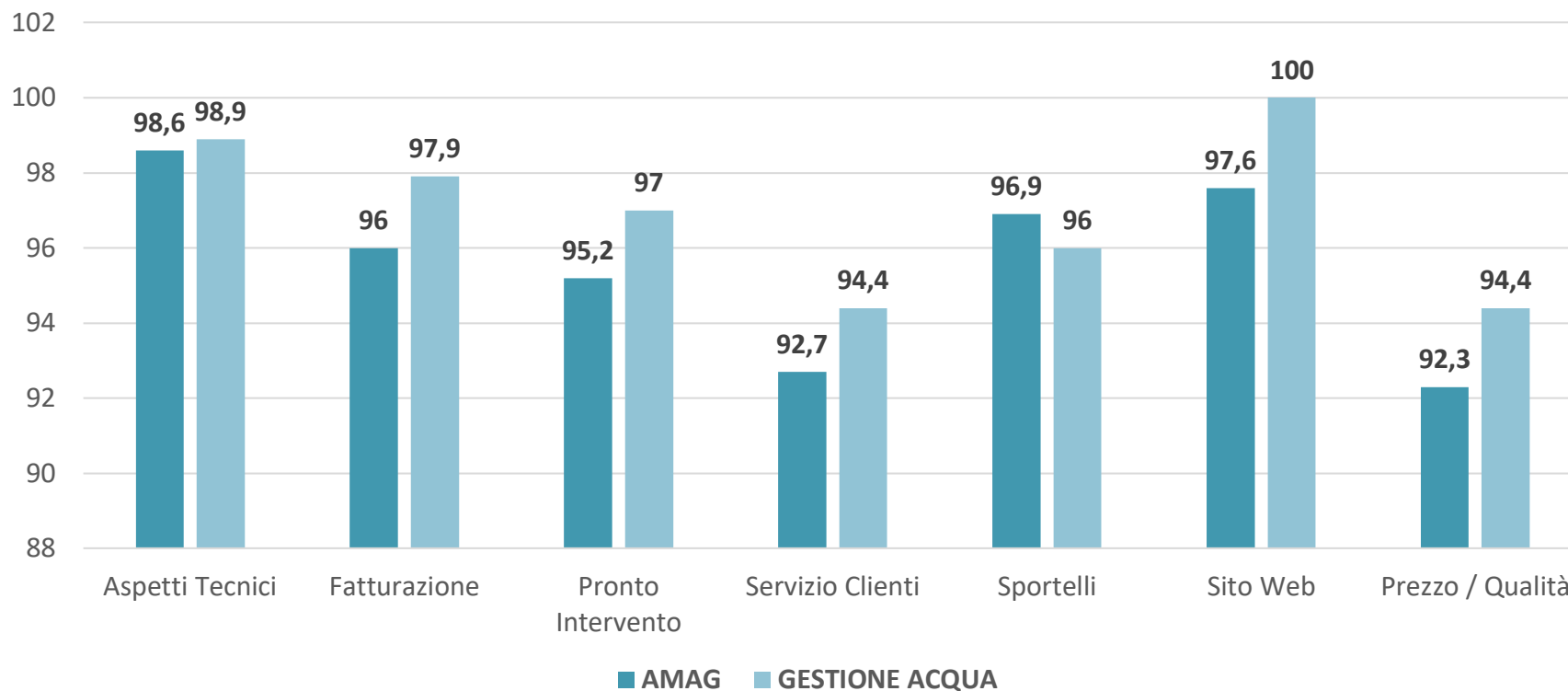
E raggiunge il punto più basso di soddisfazione per il "Rapporto Prezzo-Qualità", dove abbiamo riscontrato all'ascolto alcune situazioni poco chiare di servizi fatturati e non erogati, come riportato in precedenza, che aggiungono motivi di insoddisfazione al riguardo.

Tutti i fattori, per chi di più o di meno però, si trovano al di sopra del 90% e fino al 100% di approvazione, cioè che **9 su 10 utenti si considera basicamente soddisfatto del servizio idrico**.

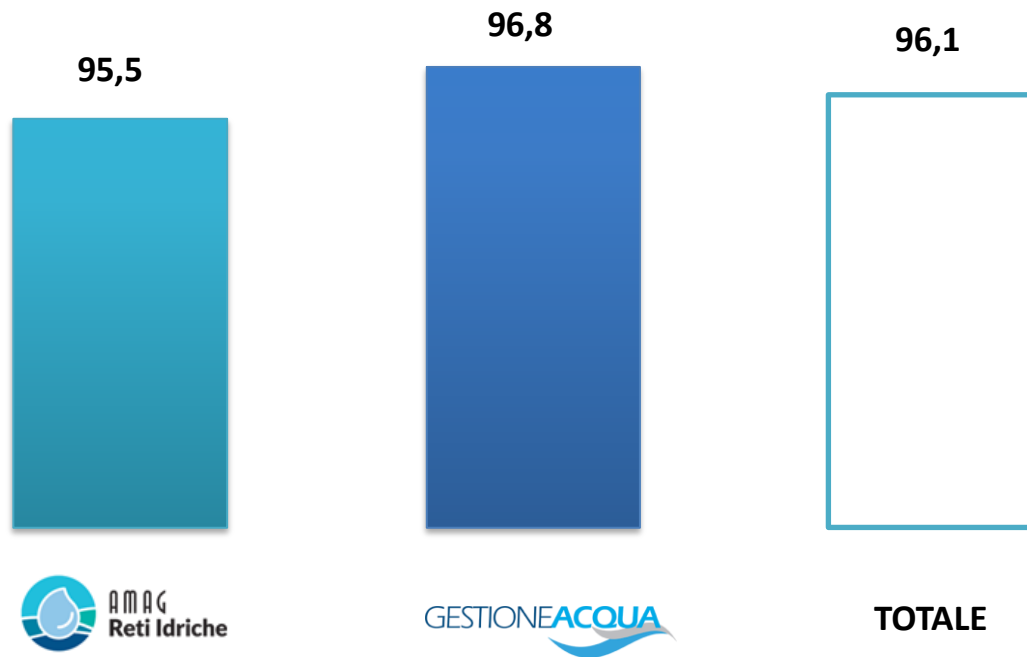
Dunque un servizio con valutazione molto positiva da parte di chi lo riceve, e con dei fattori quasi di eccellenza quali la qualità tecnica, la fatturazione o i siti web.



## DATI COMPARATI INDICATORI- grado di SODDISFAZIONE per AZIENDA



## CS INDEX 2020 - dati comparati grado di SODDISFAZIONE per AZIENDA



## CS INDEX 2020 - grado di SODDISFAZIONE per AZIENDA

### CONSIDERAZIONI

Anche considerando la differenza tra i diversi gestori del servizio, si vede una soddisfazione abbastanza alta.

In quasi tutti i fattori GESTIONE ACQUA supera ad AMAG, ma sempre ad alti livelli, con circa 1,5 – 2,0 punti percentuali di vantaggio. L'unico fattore nel quale AMAG supera di poco a GESTIONE ACQUA è nel caso degli "sportelli", circostanza probabilmente legata al territorio o a sub fattori che non abbiamo analizzato però si ritiene devono essere legati alla categoria dei centri urbani serviti dall'una e dall'altra, e alle proprie caratteristiche e dinamiche dei conglomerati urbani. O, semplicemente, ad una maggiore efficacia aziendale nella gestione degli sportelli.

In ogni caso, il totale complessivo di soddisfazione per entrambe aziende arriva al 96,1% e, tra di loro, GESTIONE ACQUA (96,8 %) supera AMAG (95,5 %) di 1,3 punti percentuali.

I fattori di distacco più evidenti sono "Fatturazione", "Pronto intervento", "Servizio clienti", "Sito Web" e "Rapporto Prezzo-Qualità".

Dove c'è una **omogeneità quasi assoluta** (solo 0,3 punti percentuali di differenza, valore che entra nel margine di errore statistico) è negli "Aspetti tecnici" del servizio, il più importante di tutti gli indicatori misurati.

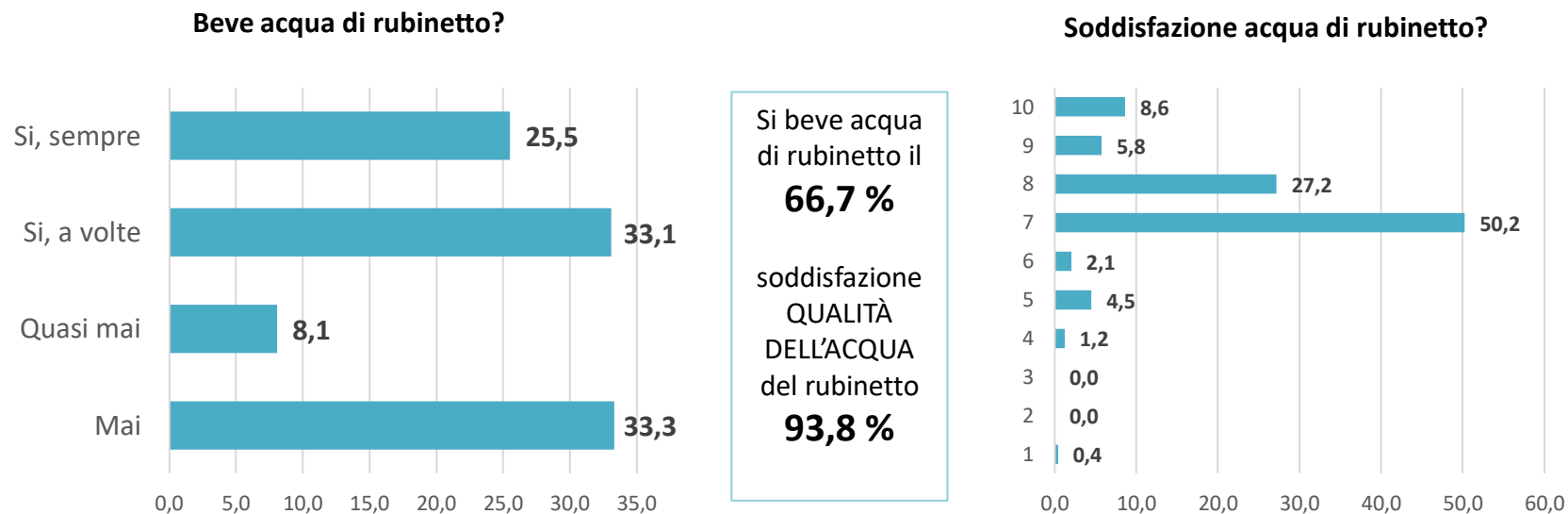
**Questo è il punto di forza più importante dell'intero sistema idrico dell'ATO 6 Alessandrino**, che viene percepito e valutato in modo omogeneo nell'insieme del territorio, anche se le aziende concessionarie sono tre in totale e le caratteristiche socio demografica presentano una fortissima diversità tra di essi.

Un vero traguardo nella coordinazione e nella verifica tecnica generale del servizio idrico integrato da parte dell'entità concessionaria, un valore da sostenere nel tempo per un costante miglioramento del sistema.

Possiamo affermare, in base alle percezioni dell'utenza, che il servizio generale è abbastanza compatibile e omogeneo tra i diversi territori coinvolti, dove la soddisfazione percepita è sempre alta.

A salvo il fattore più importante del sistema (Aspetti tecnici), adesso rimane chiaro su quali indicatori operare azioni di miglioramento per raggiungere una omogeneizzazione territoriale totale ed un innalzamento della qualità percepita del servizio idrico nell'ATO 6 Alessandrino.

# FOCUS CITTÀ ALESSANDRIA



Nella Città di Alessandria più utenti consumano acqua di rubinetto (**66,7 %**) che nell'insieme del territorio corrispondente all'ATO 6 Alessandrino, donde il consumo si ferma al **52,1 %** del totale.

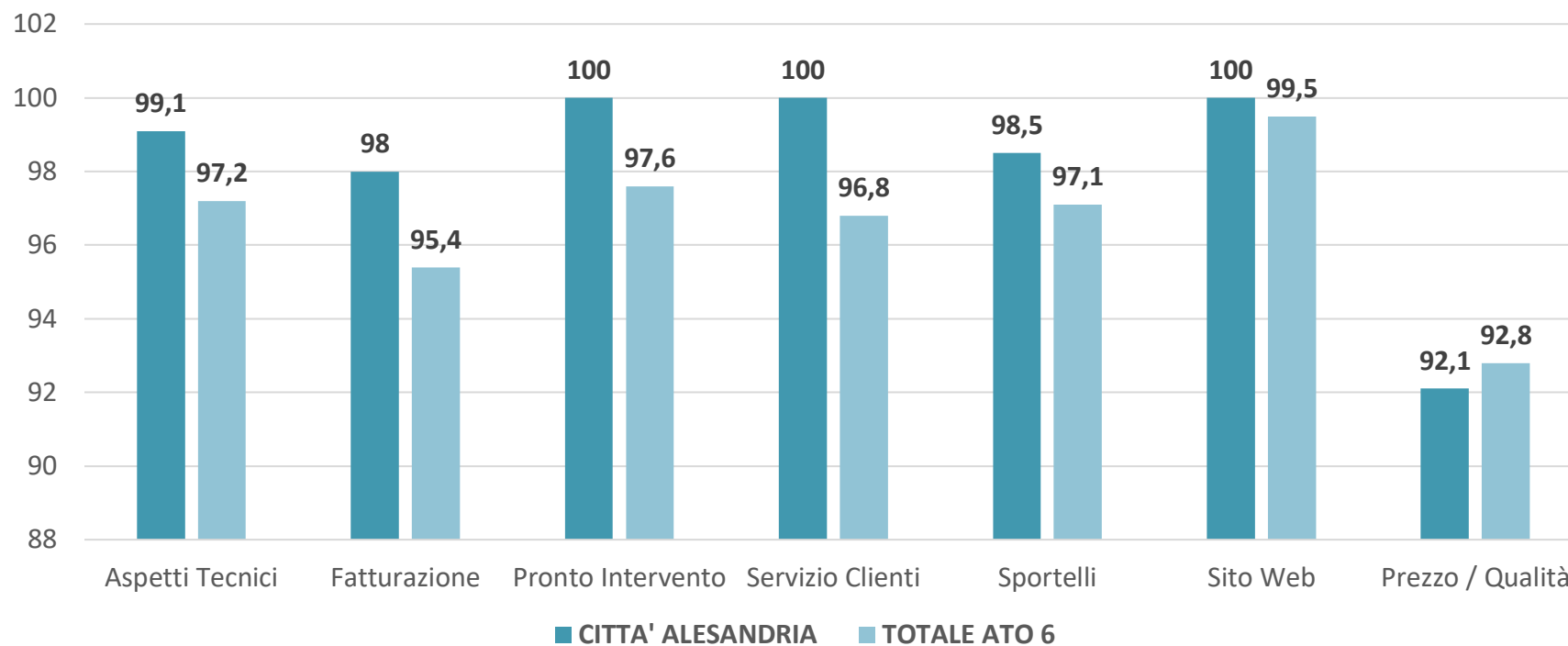
Questa valorizzazione ed utilizzo dell'acqua di rubinetto da parte dell'utenza nella città di Alessandria, dove quasi 7 su 10 persone la bevono, è una solida base di consenso dove poter appoggiare una forte campagna di promozione del consumo d'acqua, per esempio con uno stimolo al consumo nei bar e ristoranti della città, utilizzando questi luoghi come volano di una strategia di comunicazione generale.

In contrapposizione c'è una valutazione superiore della qualità dell'acqua del rubinetto nell'insieme del territorio, dove la soddisfazione arriva al 96,9 % del totale, contro il 93,8 % nella città di Alessandria.

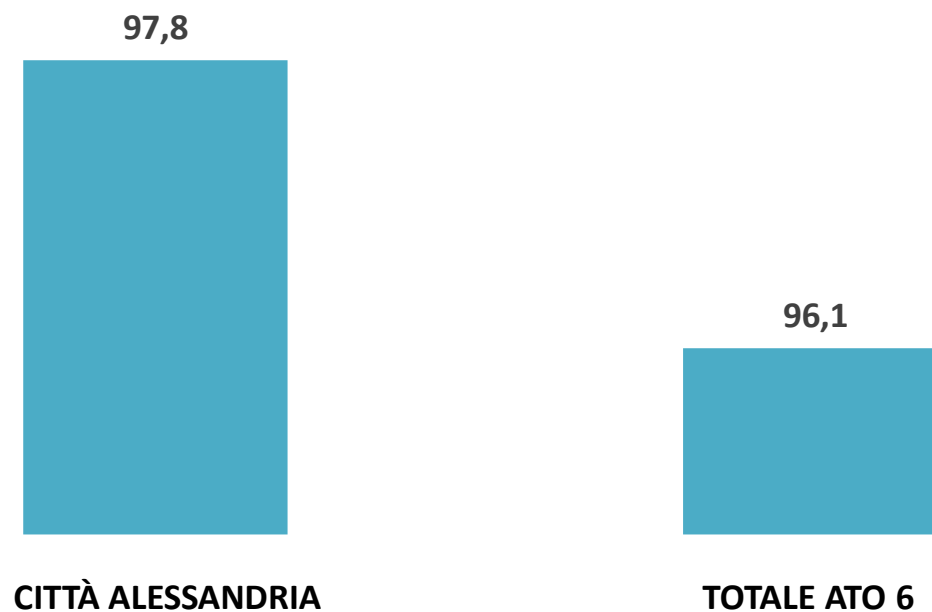
Dove si consuma di più l'acqua di rubinetto (Città di Alessandria) ci sono più esigenze di qualità.

## FOCUS CITTÀ ALESSANDRIA

### DATI COMPARATI INDICATORI- grado di SODDISFAZIONE



## CS INDEX 2020 - dati comparati grado di SODDISFAZIONE per CITTÀ ALESSANDRIA / TOTALE ATO 6



## CS INDEX 2020 - grado di SODDISFAZIONE per CITTÀ ALESSANDRIA / TOTALE ATO 6

### Considerazioni

Nel confronto tra la percezione del servizio in Alessandria città e il resto del territorio sotto la responsabilità dell'ATO6 Alessandrino, vediamo che per l'utente cittadino risultano più soddisfacenti quasi tutti i fattori tra 1,8 – 3,0 punti percentuali.

Logicamente per chi vive in città tutto torna più vicino e meno complicato in un territorio così esteso come quello servito dall'ATO6. Sia per via degli sportelli a pochi passi, che per la tempestività e facilità di riparare guasti in un centro urbano di medie dimensioni, quanto lo sia trovare la perdita e lavorare la soluzione in paesi di pochi abitanti e distanti diversi chilometri.

Lo stesso vale per la qualità del fluido e gli intoppi nel normalizzare tante piccole aziende che si sono accorpate nel tempo per lavorare su scala. Non tutte hanno avuto la stessa manutenzione o gli investimenti precisi per garantire l'uniformità del servizio.

Vediamo così che “Pronto intervento”, “Servizio clienti” o “Aspetti tecnici”, per la città si trovano tra il 99 ed il 100 % di consensi, mentre che per gli altri paesi la valutazione è lievemente inferiore.

E così come abbiamo trovato una situazione omogenea degli “Aspetti tecnici” tra le due grande aziende del sistema, vediamo adesso che **su questo aspetto essenziale ci sono differenze** tra la città di Alessandria (99,1 % di soddisfazione, nel decile massimo della scala di valutazione) e l'insieme del territorio, che arriva soltanto al 97,2 %. E questo una variante concreta dove lavorare per migliorare la percezione dell'utenza.

Rimane però il fatto che, nonostante tutto quello che può ledere la valutazione da parte degli utenti di centri urbani più piccoli o lontani, son proprio questi che reputano il servizio, unico argomento nel quale Alessandria città non supera il resto anche se da poco, come più congruo tra prezzo e qualità.

Come segnalavamo quando si analizzava questo fattore, è sempre quello più duro ad accontentare l'utenza, ma comunque in entrambi casi supera il 92% di soddisfazione (più di 9 utenti su 10), un grande pregio per l'autorità e le aziende che forniscono il servizio.