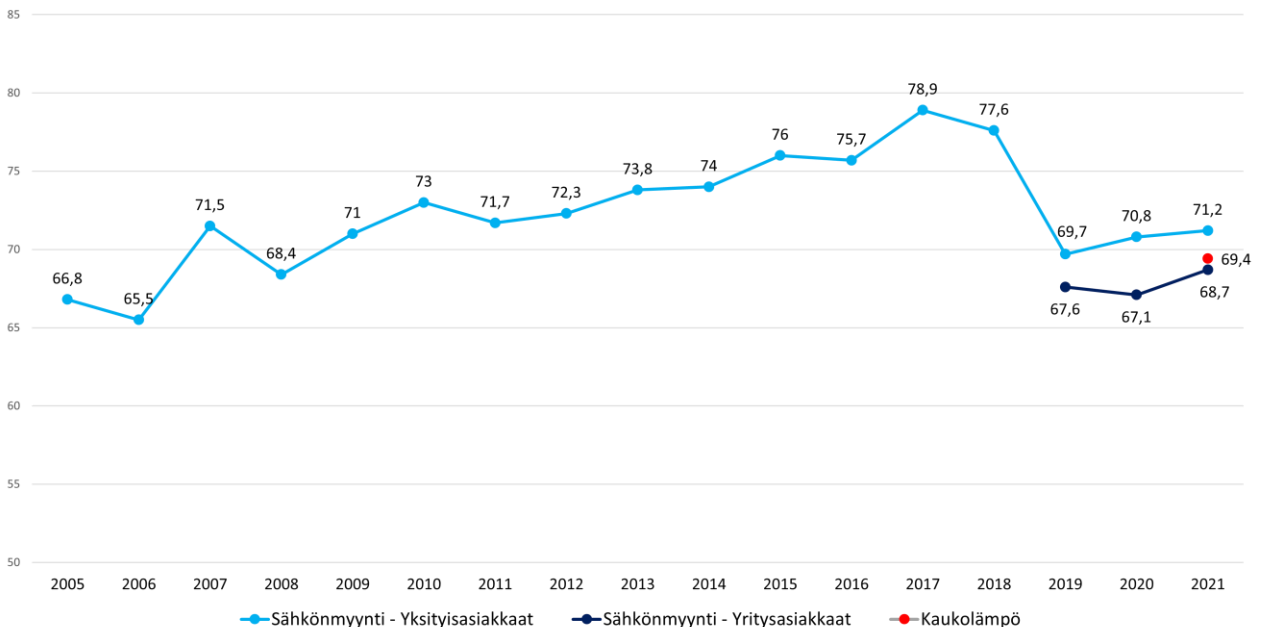


EPSI Rating on saanut valmiiksi vuoden 2021 tutkimuksensa energia-alan asiakastytyväisyydestä ja –kokemuksesta. Asiakastytyväisyys on asia, joka on otettava huomioon päätettäessä, mikä energiyhtiö henkilön tai yrityksen tulisi valita. Jos valitset yrityksen, jonka asiakkailla on korkea asiakastytyväisyys, tai joka on onnistunut nostamaan asiakastytyvyyttään, nautit todennäköisemmin stressittömästä ja kaikin puolin paremmasta asiakaskokemuksesta. Vaikka monien ihmisten ensimmäinen huolenaihe energiantoimittajaansa valittaessa on se, kuinka paljon he maksavat toimittajalle, niemenomaan asiakastytyväisyys lopulta kertoo, miten tyytyväisenä sinä voit pysyä asiakassuhteen aikana. Toisaalta EPSI Ratingin asiakastytyväisyys mittaa myös sitä, miten hyvää vastinetta yhtiön nykyiset asiakkaat saavat rahoilleen.

Markkinatilanteen muuttuessa epävakammaksi asiakaslähtöisyys on noussut avainasemaan uskollisten asiakaskuntien säilyttämisessä ja rakentamisessa ja lopulta terveen liiketoiminnan varmistamisessa. Vielä muutamia vuosia sitten ihmiset eivät suuremmin välittäneet energiantarjoajastaan. He allekirjoittivat sopimuksen kerran ja olivat onnellisia ja erittäin tyytyväisiä energian tarjoajaansa, kuten myös EPSI Ratingin Sähkönmyynnin tuloksista vuosilta 2015-2018 ilmenee. Tämä asiakasryhmä on kuitenkin nykyään yhä harvinaisempi. Ihmiset ovat tottuneet laadukkaisiin digitaalisiin palveluihin useimmilla muilla elämäalueilla, ja heidän odotuksensa läpinäkyvyyttä ja joustavuutta kohtaan ovat nyt paljon korkeammat. Tämän seurauksena asiakkaat vaihtavat todennäköisemmin energiantoimittajaa, etsiessään toimittajan joka vastaa heidän odotuksiinsa.

Myös käyttäjien tarpeet kehittyvät. Esimerkiksi sähköajoneuvojen lisääntyminen - tai yksityiskäytössä olevat aurinkopaneelit ja lämpöpumput - luovat tarpeen kokonaisvaltaisemmille ratkaisuille. Kaukolämmön osalta on tietysti edelleen olennaista kyetä tuottamaan ja toimittamaan lämpöä luotettavasti ja keskeytyksettä, mutta samalla on pystyttävä vastaamaan digitalisaatioon ja kestävään kehitykseen kohdistuviin kasvaneisiin vaatimukseen. Energiayhtiöiden on ollut aika asettaa asiakaslähtöisyys jokaisen päätöksen ytimeen. EPSI Rating\* pyrkii antamaan suoraa palautetta ja oivalluksia alan toimijoille, ja vahvistamaan taustalla olevat oletukset. Asiakaskeskeisyys sekä syvälinen tieto asiakaskäyttäytymisestä antaa sähköyhtiöille mahdollisuuden säilyttää sekä kasvattaa asiakaskuntaansa ja viime kädessä pysymään merkityksellisenä toimijana kehittyvillä markkinoilla.

**Energia-alan asiakastytyväisyyden kehitys Suomessa**



## Kotitalouksien sähkönkulutus on kasvanut pandemian aikana, ja samalla tyytyväisyys on lähtenyt nousuun

EPSI Rating tutkii energia-alaa Pohjoismaisella tasolla. Suomessa EPSI Rating tutkii sähkön vähittäismyynnin yksityisasiakkaiden sekä yritysasiakkaiden tyytyväisyyttä, minkä lisäksi tänä vuonna julkaistaan ensimmäistä kertaa kaukolämmön yksityis- sekä yritysasiakaspuolen asiakastytyväisyyden tulokset.

Tämän vuoden sähkön vähittäismyynnin tulokset osoittavat asiakastytyväisyyden olevan hienoisessa nousussa yksityisasiakaspuolella, ja hieman merkittävämmässä nousussa yritysasiakaspuolella. Mielenkiintoista on, että kun kotitalouksien sähkönkulutus kasvoi pandemian aikana, lähti yksityispuolen asiakastytyväisyys hienoiseen nousuun. Kaukolämpö puolestaan debytoi vertailussa indeksipistein 69,4, jolla alan asiakastytyväisyys asettuu sähkönmyynnin yksityisasiakkaiden (71,2) ja yritysasiakkaiden (68,7) väliin.

Sähkön vähittäismyynnin tutkimustulokset osoittavat myös, että tänä vuonna yhtiöt ovat onnistuneet selkeästi paremmin vastaamaan myös yritysasiakkaiden tarpeisiin. Pandemian vaikutukset ovat selvät ja digitaalisuuden sekä kestäväen kehityksen tärkeyden nousu näkyvät toimialalla. ”Asiakkaat vaikuttaisivat myös erottavan sähkönmyyntiyhtiön ja sähkönsiirtoyhtiön aiempaa selvemmin toisistaan”, lisää Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja

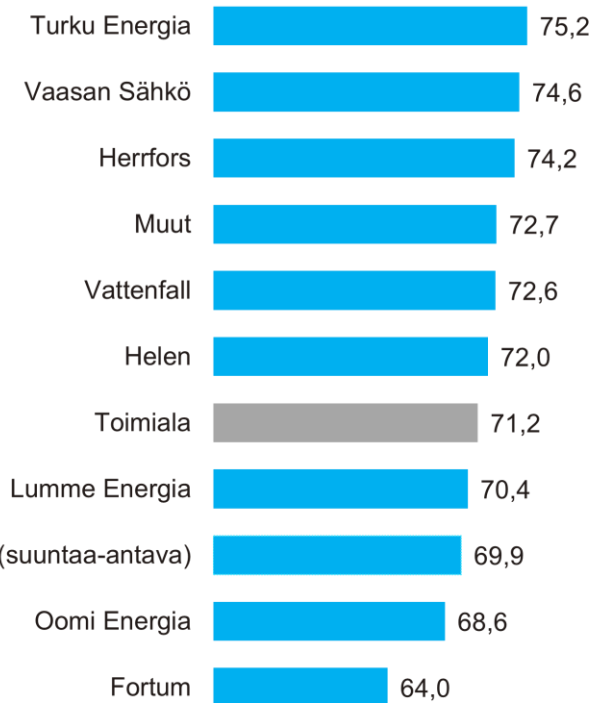
### Turku Energia kärjessä, myös Vaasan Sähkö ja Herrfors pysyttelevät korkealla

Sähkönmyynnin yksityisasiakkaiden korkein asiakastytyväisyys mitattiin Turku Energialta, joka sai vertailun korkeimmat arviot imagon sekä rahalle saatavan vastineen osalta. Kärkikolmikon täydentävät vuosien 2020 voittaja Vaasan Sähkö sekä vuoden 2019 voittaja Herrfors. Kyseiset yhtiöt ovat muodostaneet vertailun kärjen nyt kolmena vuonna peräkkäin. Listan hännille puolestaan sijoittuu vuosien 2019 ja 2020 tavoin Fortum, siinä missä esimerkiksi nyt palvelulaadun osalta korkeimmat pisteet saanut Vattenfall on onnistunut kohentamaan rankingsijoitustaan sekä indeksipisteitään huomattavasti näiden kuluneen kahden vuoden aikana.

On myös huomionavoista, että näemme suurten yhtiöiden asiakastytyväisyyden olevan menossa positiiviseen suuntaan, vaikka asiakas-tyytyväisyydessä onkin edelleen eroja eri yritysten välillä – tyypillisesti hieman pienempien ja paikallisempien yhtiöiden hyväksi verrattuna suuriin toimijoihin.

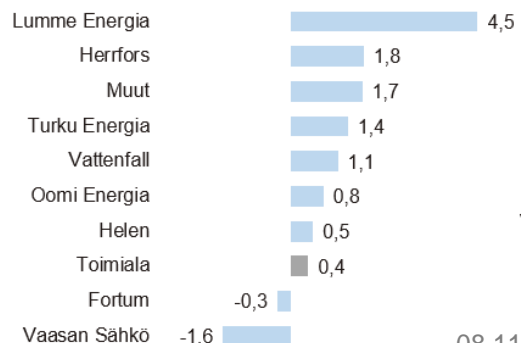
Toimialan nousun taustalla ovat useiden toimijoiden viime vuotta korkeammat asiakas-tyytyväisyyden indeksipisteet. Useimmat toimijat mittauttivat maltillisia, n. kahden indeksipisteen sisälle asettuvia nousuja, Lumme Energian toisaalta nostaessa tulostaan huomattavasti (+4,5). ”Vuoden 2021 tuloksista näemme, että sähköalan palveluiden yleinen laatu ja luotettavuus ovat nousseet vuoteen 2020 verrattuna. Osa asiakkaista saattaa nähdä korkeammat laskut pandemian aikana kompromissina työmatkoista, matkustamisesta sekä ravintoloiden sulkemisesta syntyneisiin säästöihin. Toisaalta myös kestäväen kehitykseen panostaminen lisää toimialan tyytyväisyyttä selkeästi”, lisää Laitinen.

### Sähkön vähittäismyynti 2021 Yksityisasiakkaat



#### Muutos 2020

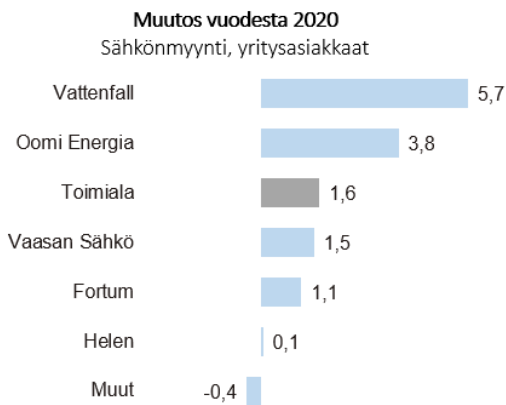
Sähkönmyynti, yksityisasiakkaat



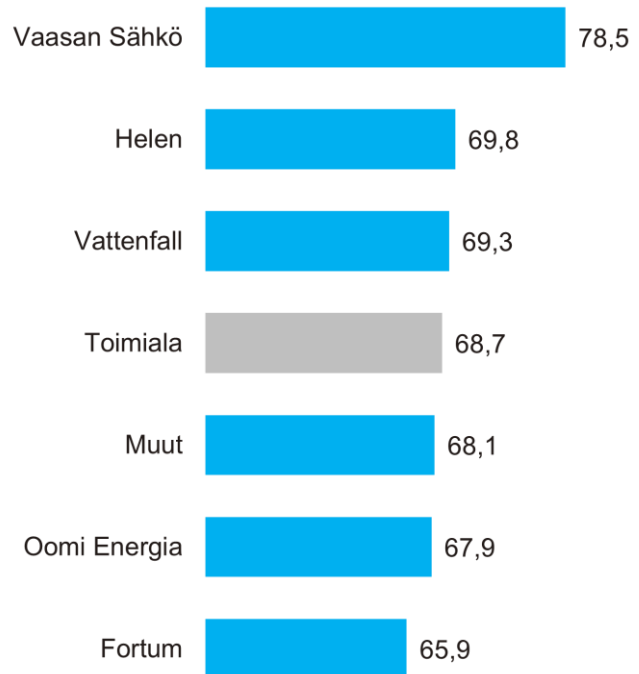
## Vaasan Sähkö pysyttelee kärjessä Vattenfallin ja Oomi Energian kirissä

Yritysassiakkaiden osalta vertailun voittaa Vaasan Sähkö, joka ylsi ensimmäiselle sijalle myös vuosi sitten. Lähimmäksi Vaasan Sähkön voittotulosta pääsevät Vattenfall ja Helen. Vaikka vertailtujen toimijoiden määrä on rajallinen ja esimerkiksi yksityisasiakkaiden vertailussa erinomaisesti menestyvät Turku Energia sekä Herrfors eivät ole erillisinä toimijoina vertailussa mukana, on Vaasan Sähkön voittomarginaalia joka tapauksessa pidettävä huomattavana. Tuloksen taustalla on toimialan keskitason ylittäminen tasaisen voimakkaasti eri osa-alueilla, mutta eron muodostuessa suurimmaksi imagon ja rahalle saatavan vastineen kohdalla.

Yritysassiakkaiden parista mitataan kaksi erityisen mittavaa asiakastytyväisyyden tason nostoa Vattenfallin (+5,7) ja Oomi Energian (+3,8) asiakkaiden katsoessa sähköyhtiönsä onnistuneen selvästi vuotta 2020 paremmin erityisesti tuotelaadussa ja palvelulaadussa. "On erittäin vaikuttavaa nähdä kahden ison yhtiön, Vattenfallin, sekä Oomin tehneen vuoden aikana huomattavia parannuksia yritysasiakkaiden tyytyväisyyden nostamiseksi", Laitinen lisää.



## Sähkön vähittäismyynti 2021 Yritysassiakkaat



## Kaukolämmön asiakastytyväisyys asettuu lähelle sähkön vähittäismyynnin tasoa

Kaukolämpö debytoi vertailussa pistein 69,4, kun EPSI Ratingin indeksipisteasteikolla 0-60 tarkoittaa tyytymätöntä, 60-75 tyytyväistä ja yli 75 erittäin tyytyväistä. Kaukolämmön asiakastytyväisyysindeksissä on huomioitu sekä yksityisasiakkaat, että pääosin taloyhtiöistä sekä isännöintitoimijoista koostuen yritysasiakkaat.

Siinä missä sähkön vähittäismyynnissä yksityisasiakkaiden tyytyväisyys on hienouden nousun saattamana kohonnut lukemiin 71,2 ja yritysasiakkaiden parissa tasoksi mitattiin 68,7 kaukolämmön osalta merkittävää eroa näiden asiakasryhmien välillä ei toimialatasolla havaita, joskin toimijoiden välillä näyttäsi olevan tässä suhteessa eroja. "Sähkönmyynnin tyytyväisyyden nousu sekä hinta- ja ympäristösyistä kaukolämpöä kohtaa tunnetun kiinnostuksen kasvu antaa viitteitä siitä, että kaukolämpöasiakkaidenkin tyytyväisyys saattaa olla nyt viime vuosia korkeammalla tasolla", lisää Laitinen.

## Kaukolämmössä voitto matkaa Vantaalle, Turussa kuitenkin ylletään lähelle

Kaukolämpöasiakkaiden asiakastyytyväisyys on valtakunnallisesti korkeinta Vantaan Energian asiakkaiden keskuudessa. Yhtiö onnistuu erottautumaan markkinaosuuspainotuksiin perustuvasta toimialan keskitason tuloksesta voimakkaimmin imagossa ja asiakkaiden odotuksissa – asiakkaiden mielikuvissa Vantaan Energia on luotettava ja tuttu. Toiseksi ja vain indeksipisteen päähän voittajasta yltää Turku Energia, jonka menestys perustuu vertailun parhaaksi koettuun imagoon, mutta myös toimialan joko parhaaksi tai parhaimpiin arvioituihin tuotelaatuun, palvelulaatuun ja rahalle saatavaan vastineen. Kärkikaksikkoa yhdistää paikallisuuden voimakas merkitys asiakkaille, mikä on näkynyt myös molempien yhtiöiden sähkömyyntiasiakkaiden mielikuvissa sekä prioriteeteissa aiempien vuosien ja Turku Energian osalta myös tämän vuoden tuloksissa.

Selvähkosti erottuvan kärkikaksikon taakse kolmanneksi sijoittuu useita eri yhtiöitä sisältävä Muut-ryhmä, ja 70:n indeksipisteen rajan puhkaisevat edellä mainittujen lisäksi vielä Tampereen Sähkölaitos ja Oulun Energia.

## Kestävä kehitys on tullut valtavirtaan

Kestävän kehityksen merkitys asiakastyytyvyydelle on nousussa kaikilla toimialoilla, mutta eritoten sen merkitys näkyy energia-alalla. Tutkimukset ovat osoittaneet, että kestävälle kehitykselle herkkä ihmisryhmä on valmis maksamaan käyttämästään energiasta enemmän, ja suurin osa tästä ryhmästä löytyy nuorempien sukupolvien keskuudesta.

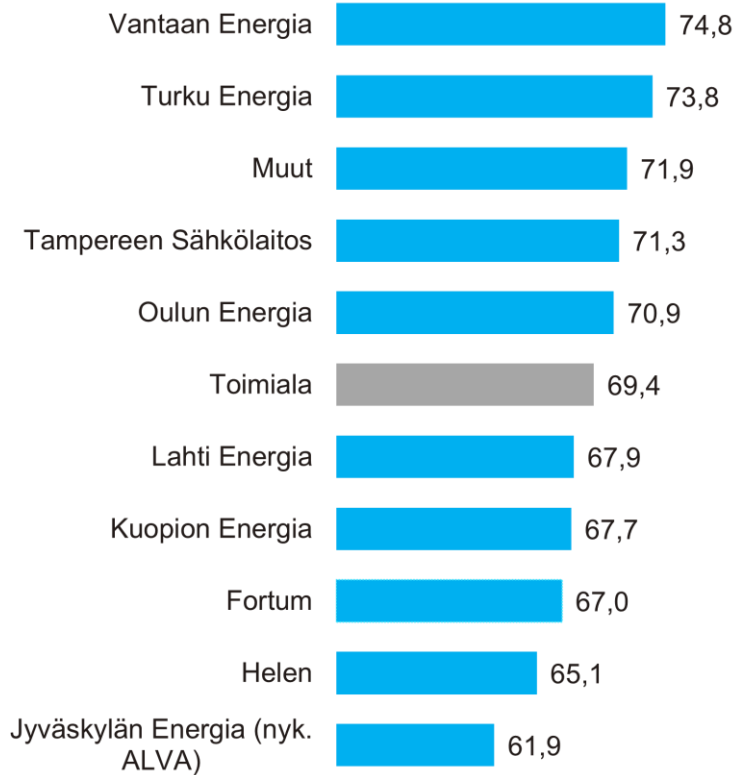
Kuluttajat ovat siis aiempaa innokkaampia omaksumaan kestävää käyttäytymistä, mutta energiayhtiöiden toivotaan helpottavan heitä tällä saralla. Tutkimustulokset kumoavatkin uskomukset siitä, että kuluttajat eivät haluaisi tai pystyisi sitoutumaan kestävään kehitykseen. ”Kaukolämmön osalta lämmitysmuodon valinnassa on usein jo itsessään kyse ympäristöstävällisempään vaihtoehtoon siirtymisestä”, Laitinen muistuttaa.

Siinä missä esimerkiksi pankkialan yksityisasiakkaista n. 30% ja vakuutusalan yksityisasiakkaista n. 40% ei ole joko riittävän tietoinen tai riittävän kiinnostunut pankkinsa tai vakuutusyhtiönsä vastuullisuutta ja kestävästä kehityksestä koskevista toimintamalleista ja niissä suoriutumista kokeakseen voivansa arvioida niitä, sähkömyynnissä vastaava osuus on n. 20% ja kaukolämmössä tätäkin matalampi, n. 15%,

Samaan aikaan tuoreimman tutkimuksen tulokset kertovat 55%:n kaukolämpöasiakkaista arvelevan kestävään kehitykseen liittyvien vaatimustensa kasvavan tulevaisuudessa joko paljon tai erittäin paljon ja jopa 62% on sitä mieltä että energiatoimialan tulisi ottaa joko nykyistä paljon tai erittäin paljon suurempaa yhteiskuntavastuuta. Sähkön vähittäismyynnin asiakkailta vastaavat tulokset ovat saman suuntaiset, mutta hieman matalammat (46% ja 57%).

Sähkön vähittäismyyntiasiakkaista jo 14% pitää sähkömyyntiyhtiön ympäristöprofiilia kaikkein tärkeimpänä kriteerinä sähköyhtiöstä valittaessa, ja niistäkin jotka ilmoittavat tärkeimmäksi edullisen hinnan, 27% pitää ympäristöprofiilia toiseksi tärkeimpänä. Yrityisasiakkaiden parissa 11% pitää ympäristöprofiilia tärkeimpänä ja hintaa tärkeimpänä pitävistä 21% katsoo ympäristöstävällisen energiatuotannon toiseksi tärkeimmäksi kriteeriksi.

## Kaukolämpö 2021 Yksityis- ja yritysasiakkaat



Kaukolämmön tulevaisuudesta lämmitysmuotona puolestaan kertoo rohkaisevaa kieltä se, että asiakkaat arvioivat tyytyväisyytensä kaukolämpöön verrattuna muihin heidän käyttämiinsä/kokemiinsa lämmitysmuotoihin erittäin korkein indeksipistein (77,0). Tämän lisäksi 65% vastaajista uskoi kaukolämmön olevan hyvä ratkaisu vielä kymmenen vuoden kuluttua, 83% mikäli jätetään huomiotta vastaajat, joilla ei ole asiaan selvää kantaa.

“Kestävän kehityksen tärkeyden kasvu on selvä mahdollisuus energiayhtiöille, mutta se tuo mukanaan myös riskejä. Jos yhtiön asiakkaat profiloituvat herkemiksi kestävästä kehityksestä koskien, ja yhtiö ei ole tähän varautunut, on asiakastytyväisyys vaarassa laskea radikaalisti”, kertoo Laitinen.

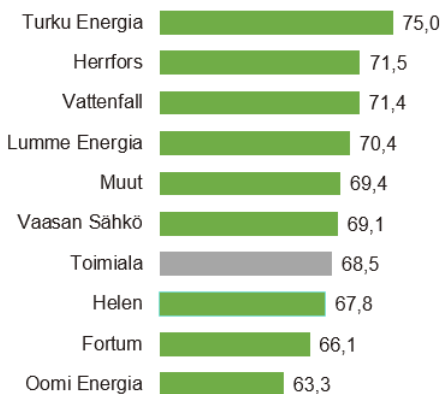
Koska sekä ilmastonmuutos että kestävä energiantuotanto ovat hyvin maailmanlaajuisia huolenaiheita, on helppo jättää huomiotta monien kotitalouksien paikallinen huomio. Kuluttajien sekä yritysten mielenkiinto ostaa kestävästä energiasta on trendinä nousussa ja tilanne on tehnyt heistä myös tietoisempia paikallisten yhteisöjen tukemisen eduista. Paikallisuuden merkitys ei ole kadonnut mihinkään, edelleen noin viidennes sekä yksityis- että yritysasiakkaista ilmoittaa tärkeimmäksi sähkönmyyjän valinnan kriteerikseen sen että toimija on paikallinen. Tämän lisäksi ne asiakkaat, jotka kokevat sähköyhtiönsä panostavan heidän lähiympäristöönsä ovat huomattavasti tyytyväisempiä kuin muut.

Vuonna 2021 EPSI Rating lanseeraakin osana toimialatutkimuksiaan *kestävän kehityksen indeksin*, joka on suunniteltu mittaamaan asiakkaiden näkemyksiä ja arvioita yritysten vastuullisuudesta laaja-alaisesti, huomioiden kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvät sosiaaliset-, taloudelliset-, yhteiskunnalliset-, sekä ympäristönäkökohdat.

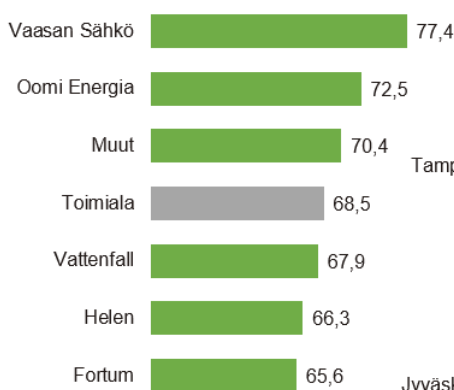
Sähkönmyynnin yksityisasiakkaiden keskuudessa korkeimman kestävä kehityksen indeksin saavuttaa Turku Energia, joka sijoittui indeksirankingin kärkeen myös kaukolämpö-asiakkaiden keskuudessa ja jonka koetaan sähkönmyyntiasiakkaiden parissa erityisesti ottavan sosiaalista, ympäristöllistä sekä taloudellista vastuuta ja kaukolämpöasiakkaiden parissa investoivan kasvuun nämä kestävällä tavalla. Sähkönmyynnin yritysasiakkaiden parissa puolestaan Vaasan Sähkö saavuttaa parhaat arvot kestävä kehityksen indeksissä. Vaasa Sähkö erottuu edukseen kestävä kehityksen kysymyksissä erityisesti sen osalta, missä määrin yhtiön arvioidaan investoivan tulevat sukupolvet huomioivaan kestävään kasvuun.

Kokonaisuutena kaikkein herkimpiä kestävä kehityksen ja vastuullisuuden suhteen puolestaan ovat Turku Energian lisäksi Vattenfallin asiakkaat, Vattenfallin asiakkaiden myös arvioidessa sähköyhtiönsä viestittävän voimakkaimmin tavoistaan työskennellä kestävä kehityksen eteen. ”Kestävä kehityksen tukemiseen liittyvien tuotteiden ja toimintamallien kehittäminen on tietysti toiminnallisesti keskeistä, mutta ilman markkinointia ja viestintää asiakkaat eivät löydä vastuullisia tuotteita ja sopimustyypppejä. Jos yritys haluaa olla vastuullinen, sen tulee asiakaskokemuksen nimissä myös tähdentää tämä niin nykyisille kuin potentiaalisille asiakkailleen”, lisää Laitinen.

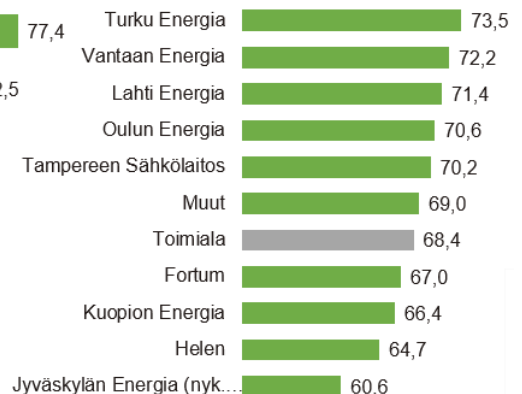
**Kestävä kehityksen indeksi 2021**  
Sähkönmyynti, yksityisasiakkaat



**Kestävä kehityksen indeksi 2021**  
Sähkönmyynti, yritysasiakkaat



**Kestävä kehityksen indeksi 2021**  
Kaukolämpö, yksityis- ja yritysasiakkaat



## Energia-alan toimijoiden haasteet entistä laajempia

Aiempina vuosina tyytyväisyyteen ja uskollisuuteen ovat tyypillisesti vaikuttaneet yksittäiset elementit, kuten imago tai palvelulaatu, mutta enää emme voi todeta näin. Koko toimialan haasteena on, että energiayhtiöiden on keskityttävä useaan asiaan samanaikaisesti. Digitaalisen kehityksen on tapahduttava rinnakkain palvelun kehittämisen kanssa, ja esimerkiksi tietoa keskeytyksistä on parannettava samalla, kun yhteiskuntavastuullisuutta on uudistettava. Kaikki on siis tärkeää, eikä mitään voi jättää sattuman varaan. “Energiayhtiöillä on käytettävänä aiempaa enemmän työkaluja joilla parantaa asiakastytyväisyyttä. Ja osa yhtiöistä onnistuukin tässä tällä hetkellä erinomaisesti.”, lisää Laitinen.

## Mitä tämä kaikki tarkoittaa energiantoimittajille?

Hyvä uutinen on, että kuluttajien suostuttelu kestäväan käyttäytymiseen ei välttämättä ole niin suuri tehtävä, kuin arvioimme ennen pandemia-aikaa. Kuten tutkimuksemme osoittaa, kuluttajat ovat valmiita ja halukkaita, mutta eivät aina pysty toimimaan toiveensa mukaisesti – pääosin koska juuri heidän käyttämällään energiayhtiöllä ei välttämättä vielä ole oikeita tuotteita, palveluita ja strategioita, jotka vastaavat heidän toiveisiinsa. Haasteena on helpottaa tätä muutosta tietoisiksi teoiksi yksinkertaisilla ja houkuttelevilla vaihtoehdoilla.

“Energiankuluttajat haluavat yksityiskohtaisempaa, kokonaisvaltaista tietoa kotitalouksiensa energianhallinnasta ja hiilijalanjäljestä. Vastaamalla tähän tarpeeseen energiayhtiöt voivat sekä rakentaa luottamusta että muuttaa kuluttajien käyttäytymistä edelleenkin,” lisää Laitinen.

Tuotteiden ja palveluiden paikallisuus on myös keskeinen tekijä houkutellessaan asiakkaita omaksumaan uusia toimintatapoja. Energiayhtiöt voisivat nähdä tämän mahdollisuutena tarjota ja osoittaa paikallista läsnäoloaan.

Monien kuluttajien – erityisesti nuorempien sukupolvien – halu maksaa kestävästä palveluista tarjoaa energiayhtiöille mahdollisuuden menestyä. Energiayhtiöiden on vastattava tarjoamalla nuoremmille asiakkaille tarkasti kohdistettuja kestäviä tuotteita ja palveluita, jotka tyydyttävät kysyntää ja tuottavat asiakkaalle elinikäistä arvoa.



## EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating tunnetaan erityisesti toimialatutkimuksistaan (pankki ja rahoitus, vakuutus, sähkön vähittäismyynti, telekommunikaatio, uudisasuntorakentaminen), mutta yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

Lue lisää kotisivuiltamme!

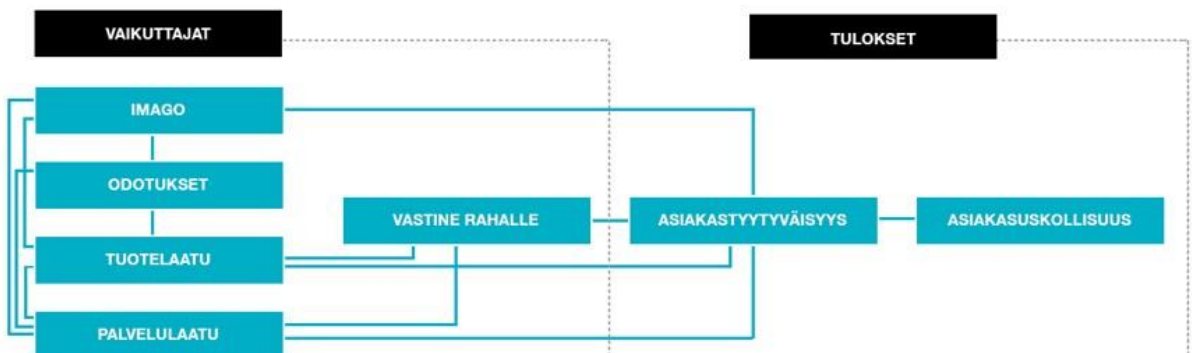
<https://www.epsi-finland.org/>

## Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla: 1) Ajattele kaikkia kokemuksia, joita sinulla on energiayhtiöstäsi. Miten tyytyväinen olet?, 2) Missä määrin energiayhtiösi täyttää kaikki odotuksesi?, ja 3) Kuvittele kaikin puolin täydellinen toimija energia-alalla. Miten lähellä tai kaukana energiayhtiösi on tätä täydellistä toimijaa?

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia.

Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.



## TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Sähkön vähittäismyynti 2021 -tutkimukseen 1 318 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 597 yritysasiakasta, sekä kaukolämmön tutkimukseen 1060 yksityis- ja yritysasiakasta. Haastattelut tehtiin 21.10.-14.11.2021. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yleisesti haarukassa n. +/- 2-3,5 indeksipistettä asteikolla 0-100.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain n. välillä 75-90 %.

### Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

› Heidi.laitinen@epsi-finland.org

› +358 50 40 68 796