

DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE
205/2025/R/COM

**REVISIONE DELLA REGOLAZIONE IN MATERIA DI QUALITÀ
DEI SERVIZI DI ASSISTENZA AI CLIENTI DELLE IMPRESE DI VENDITA
DI ENERGIA ELETTRICA E DI GAS NATURALE**

*Documento per la consultazione per la formazione di provvedimenti nell'ambito del
procedimento avviato con la deliberazione dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e
Ambiente 17 dicembre 2024, 548/2024/R/com*

Mercati di incidenza: energia elettrica e gas naturale

20 maggio 2025

Premessa

Questo documento per la consultazione si inserisce nell'ambito del procedimento avviato con la deliberazione dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito: Autorità) 17 dicembre 2024, 548/2024/R/com, per l'adozione di provvedimenti per l'aggiornamento e la revisione della Regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV, Allegato A alla deliberazione 415/2016/R/com), nel rispetto della normativa in materia di protezione dei dati personali.

Il documento illustra quindi gli orientamenti dell'Autorità in merito alle modifiche che potranno essere apportate alla regolazione attualmente in vigore, con riferimento sia alla qualità commerciale, sia alla qualità dei servizi telefonici delle imprese di vendita.

*I soggetti interessati sono invitati a far pervenire all'Autorità le proprie osservazioni e proposte in forma scritta, compilando l'apposito modulo interattivo disponibile sul sito internet dell'Autorità arera.it o, in alternativa, all'indirizzo di posta elettronica certificata protocollo@pec.arera.it **entro il 20 giugno 2025**.*

Si rinvia all'Informativa sul trattamento dei dati personali contenuta in questo documento per l'indicazione delle modalità di trattamento dei dati personali.

Le osservazioni pervenute potranno essere pubblicate sul sito internet dell'Autorità al termine della consultazione. I partecipanti alla consultazione possono chiedere che, per motivate esigenze di riservatezza, i propri commenti siano pubblicati in forma anonima.

I partecipanti alla consultazione che intendono salvaguardare la riservatezza o la segretezza, in tutto o in parte, delle osservazioni e/o della documentazione inviata, sono tenuti ad indicare quali parti sono da considerare riservate e non possono essere divulgate, evidenziando in apposite appendici le parti che si intendono sottrarre alla pubblicazione. In tale caso i soggetti interessati dovranno inviare su supporto informatico anche la versione priva delle parti riservate, destinata alla pubblicazione qualora la richiesta di riservatezza sia accolta dagli Uffici dell'Autorità. Una generica indicazione di confidenzialità presente nelle comunicazioni trasmesse non sarà considerata quale richiesta di pubblicazione in forma anonima o di non divulgazione dei contributi inviati.

In assenza di richieste di salvaguardia di riservatezza o segretezza e/o in caso di mancato invio delle versioni omissate le osservazioni sono pubblicate in forma integrale.

**Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente
Direzione Consumatori e Utenti - Unità Diritti del Consumatore**

**Piazza Cavour, 5 - 20121 Milano
tel. 02.65565.553
e-mail: consumatori@arera.it
pec: protocollo@pec.arera.it
sito internet: www.arera.it**

INFORMATIVA SUL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI

ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento UE 2016/679 (GDPR)

La disciplina della partecipazione ai procedimenti di regolazione dell'ARERA è contenuta nella deliberazione 649/2014/A. Ai sensi dell'articolo 4.2 della disciplina in parola, l'ARERA non riceve contributi anonimi.

1. Titolare del Trattamento

Titolare del trattamento è ARERA, con sede in Piazza Cavour 5, 20121, Milano, e-mail: *info@arera.it*, PEC: *protocollo@pec.arera.it*, centralino: +39 02655651.

Per ogni chiarimento rispetto al trattamento oggetto della presente informativa è possibile contattare il Responsabile della Protezione dei dati (RPD) all'indirizzo email *rpd@arera.it*, oppure scrivendo agli indirizzi del Titolare, all'attenzione del RPD. Le richieste saranno riscontrate nei termini di cui all'articolo 12 del GDPR.

2. Categorie di dati trattati, base giuridica e finalità del trattamento

Ai fini della partecipazione alla presente consultazione pubblica sono richiesti unicamente nome, cognome e indirizzo email professionale del rispondente per conto del soggetto partecipante alla procedura.

Si invita a non inserire dati personali, o informazioni che comunque consentano di rivelare l'identità del rispondente o di terzi, nel corpo del contributo inviato, ivi inclusa l'eventuale firma olografa del rappresentante legale del rispondente. L'Autorità non risponde dell'eventuale pubblicazione di tali dati, anche nell'ipotesi in cui siano contenuti nella ragione sociale o nella denominazione del partecipante alla consultazione.

Il trattamento di tali dati personali è svolto esclusivamente per lo svolgimento di compiti di interesse pubblico e per adottare gli atti di competenza dell'Autorità ai sensi della normativa vigente. Il trattamento è effettuato ai sensi dell'articolo 6, par. 1, lett. e), del GDPR.

3. Modalità del trattamento e periodo di conservazione dei dati

I dati personali indicati saranno trattati mediante supporto cartaceo e tramite procedure informatiche, con l'impiego di misure di sicurezza idonee a garantirne la riservatezza, nonché ad evitare l'indebito accesso agli stessi da parte di soggetti terzi o di personale non autorizzato.

4. Tempi di conservazione

I dati personali saranno conservati per un periodo massimo di cinque anni.

5. Comunicazione e diffusione dei dati

I dati personali conferiti ai fini della partecipazione alla consultazione, come individuati al precedente punto 2, non saranno diffusi o comunicati a terzi, fatti salvi i casi in cui si renda necessario comunicarli ad altri soggetti coinvolti nell'esercizio delle attività istituzionali del Titolare e i casi specificamente previsti dal diritto nazionale o dell'Unione Europea. I dati personali delle persone fisiche che rispondono alla consultazione nella loro capacità personale non saranno oggetto di pubblicazione.

6. Diritti dell'interessato

Gli interessati possono esercitare i diritti di cui agli articoli 15-22 del GDPR rivolgendosi al Responsabile della Protezione dei Dati personali dell'Autorità agli indirizzi sopra indicati.

Gli interessati, ricorrendone i presupposti, hanno altresì il diritto di proporre reclamo al Garante per la protezione dei dati personali, quale autorità di controllo, o di adire le opportune sedi giudiziarie.

INDICE

INTRODUZIONE	5
1. Inquadramento generale	5
<i>Struttura del documento</i>	5
<i>La regolazione del TIQV</i>	5
<i>Contesto e obiettivi dell'intervento</i>	7
<i>Avvio e sviluppo del procedimento</i>	7
ORIENTAMENTI	9
2. Ambito di applicazione	9
3. Canali di contatto	11
<i>Disponibilità dei canali di assistenza</i>	11
<i>Canale telefonico</i>	13
<i>Canali per l'invio di reclami</i>	14
4. Reclami e richieste di informazioni	16
<i>Definizione di reclamo</i>	16
<i>Contenuti delle risposte ai reclami</i>	17
<i>Contenuti delle risposte alle richieste di informazioni</i>	19
5. Indicatori di qualità, standard e indennizzi	20
<i>Indicatori e standard di qualità commerciale</i>	20
<i>Indennizzi automatici</i>	23
<i>Indicatori e standard di qualità dei servizi telefonici</i>	25
<i>Operatori virtuali</i>	25
6. Indicatori di performance	27
<i>Indicatore relativo alla quantità di reclami ricevuti</i>	27
<i>Indicatore relativo alla rapidità delle risposte</i>	29
7. Registrazione dei dati	30
<i>Classificazione di reclami, richieste e rettifiche</i>	31
<i>Dati relativi ai servizi telefonici</i>	32
8. Comunicazione dei dati	33
<i>Raccolta dei dati sulla qualità dei servizi telefonici</i>	34
<i>Raccolta dei dati sulla qualità commerciale</i>	34
9. Pubblicazione dei dati	36
<i>Pubblicazione dei dati da parte dei venditori</i>	37
<i>Pubblicazione di dati da parte dell'Autorità</i>	38
10. Verifica dei dati	40
11. Indagini di soddisfazione	40
PIANO DELLE ATTIVITÀ ED ENTRATA IN VIGORE	44
Appendice - Valutazioni AIR	45

INTRODUZIONE

1. Inquadramento generale

- 1.1 Questo documento per la consultazione si inserisce nell'ambito del procedimento avviato con la deliberazione dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito: Autorità) 17 dicembre 2024, 548/2024/R/com (di seguito: deliberazione 548/2024/R/com) e illustra gli orientamenti dell'Autorità per la revisione e l'aggiornamento della disciplina contenuta nel *Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale* (di seguito: TIQV), Allegato A alla deliberazione dell'Autorità 21 luglio 2016, 413/2016/R/com (di seguito: deliberazione 413/2016/R/com).

Struttura del documento

- 1.2 La parte introduttiva contiene, nei successivi paragrafi, una descrizione sintetica dei contenuti del TIQV, l'indicazione degli elementi di contesto rilevanti ai fini dell'avvio e dello svolgimento del procedimento, nonché gli obiettivi dell'intervento. Nella parte successiva (Orientamenti) sono illustrati gli orientamenti dell'Autorità per la revisione e l'aggiornamento della disciplina oggi in vigore, mentre nella terza parte (Piano delle attività ed entrata in vigore) sono indicate le scadenze prevedibili per lo svolgimento del procedimento nelle sue diverse fasi e per l'implementazione della nuova disciplina in seguito all'adozione del provvedimento finale. Nell'Appendice sono infine riportate le schede relative alla valutazione delle possibili opzioni regolatorie alternative, e alle metriche adottate, ai fini dell'analisi di impatto della regolazione.

La regolazione del TIQV

- 1.3 La regolazione del TIQV è stata introdotta dall'Autorità nel 2008¹, includendo nel relativo provvedimento anche la preesistente regolazione in materia di qualità dei servizi telefonici². Nel 2016, in esito al procedimento per la razionalizzazione del sistema di tutele dei clienti finali (di seguito: clienti) in materia di trattazione dei reclami e risoluzione delle controversie³ e al relativo processo di consultazione dei soggetti interessati⁴, l'Autorità, con la deliberazione 413/2016/R/com, ha approvato il nuovo Testo integrato, introducendo modifiche e integrazioni al provvedimento del 2008.
- 1.4 In seguito, il TIQV è stato oggetto di ulteriori modifiche e integrazioni puntuali; da ultimo, nel corso del 2023, il TIQV è stato modificato e integrato in relazione all'evoluzione del quadro normativo in materia di servizi di tutela e alla conseguente introduzione di nuove tipologie di fornitura⁵.

¹ Deliberazione ARG/com 164/08. In precedenza, gli aspetti di qualità commerciale considerati dal TIQV erano regolati, per il settore dell'energia elettrica, nel Testo integrato della qualità dei servizi elettrici (deliberazione 333/07), e per il settore del gas nel Testo integrato della qualità dei servizi gas (deliberazione 168/04).

² Deliberazione 139/07.

³ Deliberazione 410/2014/E/com.

⁴ Consultazione 614/2015/E/com; consultazione 225/2016/E/com.

⁵ Deliberazione 362/2023/R/eel.

- 1.5 Il TIQV non comprende tutte le disposizioni dell'Autorità riconducibili alla qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e gas naturale; si focalizza sulla qualità del servizio di assistenza ai clienti, inteso come organizzazione delle attività che consentono alle imprese di comunicare con i clienti e di rispondere alle loro esigenze. Il provvedimento offre quindi ai clienti stessi, alla luce delle condizioni asimmetriche in cui si svolge il rapporto con le imprese, specifiche garanzie e tutele, sia in termini di accessibilità dei canali di contatto, sia in termini di tempestività ed efficacia nello svolgere attività particolarmente sensibili, che comprendono:
- la gestione dei reclami, che consente di verificare il corretto adempimento degli obblighi normativi, regolatori e contrattuali e prevenire l'insorgere di controversie;
 - la gestione delle richieste di informazioni, che garantisce più trasparenza sui servizi e sulle condizioni offerte, anche in funzione della scelta da parte dei clienti;
 - la gestione delle rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione, che garantisce la restituzione tempestiva di importi pagati e non dovuti dal cliente.
- 1.6 In particolare, per quanto riguarda le attività appena richiamate, il TIQV:
- nella *Parte II*, stabilisce le procedure di presentazione dei reclami scritti, gli obblighi relativi alla gestione e al riscontro di reclami scritti, richieste scritte di informazione e rettifiche di fatturazione o di doppia fatturazione; individua gli indicatori della qualità; definisce gli standard specifici e generali per ciascuno degli indicatori e gli indennizzi automatici dovuti ai clienti quando non vengono rispettati gli standard specifici;
 - nella *Parte IV*, definisce gli obblighi in materia di registrazione dei dati relativi alle prestazioni soggette a standard e gli obblighi di comunicazione periodica all'Autorità, ai fini del monitoraggio, dei dati che la stessa Autorità utilizza per calcolare gli indicatori sintetici dei livelli di qualità raggiunti dai venditori, per svolgere indagini di soddisfazione dei clienti e per pubblicare i relativi esiti;
 - nella *Parte V*, definisce le modalità con le quali l'Autorità, nell'ambito delle attività di *enforcement*, effettua i controlli e verifica la correttezza dei dati soggetti a obbligo di registrazione, prevedendo penalità per i venditori se i dati registrati risultano non validi o non conformi.
- 1.7 Riguardo alla qualità del canale di contatto telefonico, nella *Parte III* il TIQV:
- stabilisce gli obblighi generali di servizio per l'operatività delle linee;
 - individua gli indicatori di qualità dei call center e definisce gli standard generali per ciascuno degli indicatori;
 - definisce gli obblighi per i venditori in materia di registrazione di dati e informazioni relativi alle chiamate in ingresso, necessari per il calcolo dei livelli effettivi di qualità e gli obblighi di comunicazione periodica all'Autorità di dati e informazioni che la stessa Autorità utilizza ai fini del monitoraggio, per svolgere indagini di soddisfazione dei clienti e per pubblicare i relativi esiti.
- 1.8 Il TIQV non riguarda la fornitura di gas diversi dal gas naturale distribuito mediante reti canalizzate, considerando il diverso assetto del relativo mercato, contraddistinto da condizioni di monopolio; l'Autorità si riserva tuttavia di valutare per il futuro provvedimenti per una specifica regolazione dei servizi di assistenza ai clienti anche per gli operatori di questo mercato.

Contesto e obiettivi dell'intervento

- 1.9 Successivamente all'approvazione del TIQV, i settori dell'energia elettrica e del gas naturale hanno registrato una sensibile evoluzione; in particolare, le modifiche intervenute nel quadro normativo in relazione all'apertura dei mercati finali e alla ridefinizione dei servizi di tutela e di ultima istanza hanno prodotto effetti sia sull'assetto dei mercati, sia sulle dinamiche dell'interazione fra clienti e venditori.
- 1.10 Inoltre, i clienti presentano una sempre maggiore differenziazione, che riguarda per esempio la propensione a utilizzare strumenti digitali, le preferenze per diversi canali di comunicazione con i venditori o le esigenze dovute a particolari condizioni personali, incluse le condizioni di disabilità. Al tempo stesso, emerge una differenziazione, anche in chiave competitiva, dell'offerta di customer care da parte dei venditori. L'evoluzione tecnologica e l'utilizzo sempre più diffuso di canali digitali offrono, anche in prospettiva futura, l'opportunità di semplificare e di efficientare i processi di gestione dei clienti, di attivare nuove soluzioni e di migliorare i livelli qualitativi delle prestazioni.
- 1.11 In questo contesto, la regolazione è chiamata a favorire la differenziazione dell'offerta, anche in termini di qualità erogata, ma deve comunque garantire, con strumenti adeguati al contesto di mercato, livelli minimi di qualità del servizio per tutti i clienti e favorire soluzioni inclusive per i clienti portatori di esigenze particolari. Risulta poi importante che i clienti dispongano di informazioni comprensibili e facilmente reperibili sui livelli effettivi di qualità del servizio offerto, da valutare insieme alle condizioni economiche e contrattuali, ai fini di una scelta informata e consapevole.
- 1.12 Nel Quadro strategico 2022-25, l'Autorità ha individuato tra i propri obiettivi strategici quello di promuovere l'empowerment del consumatore (OS1), in particolare accrescendo la capacità dei clienti di prendere decisioni e di utilizzare strumenti adeguati a gestire problematiche e controversie, facendo leva sul binomio “informazione + risoluzione delle controversie” come presupposto delle tutele non di prezzo. Tra le linee di intervento declinate in relazione a questo obiettivo, rientrano quelle di potenziare e promuovere strumenti flessibili di risposta ai reclami e alle richieste di informazioni dei clienti, favorire l'utilizzo di modalità smart e tempestive di comunicazione e potenziare la consapevolezza dei clienti anche mediante pubblicazioni comparative.

Avvio e sviluppo del procedimento

- 1.13 L'Autorità ha quindi avviato, con la deliberazione 548/2024/R/com, un procedimento per l'aggiornamento e la revisione del TIQV, con l'obiettivo generale di promuovere l'empowerment del consumatore, accrescendone la capacità di prendere decisioni nel nuovo contesto di mercato, anche utilizzando opportuni strumenti di tutela non di prezzo e semplificando, laddove possibile, procedure e adempimenti a carico dei soggetti interessati, e con gli obiettivi specifici di:
 - a. rafforzare ed estendere gli strumenti di tutela, anche facilitando e potenziando l'accesso a servizi di assistenza tempestivi ed efficaci per tutti i clienti, inclusi i vulnerabili e/o i meno digitalizzati;
 - b. facilitare il raggiungimento di più elevati livelli di soddisfazione delle diverse esigenze dei clienti, attraverso l'adozione da parte delle imprese di vendita di nuovi canali di accesso e di nuovi servizi, anche differenziati e basati su soluzioni tecnologiche innovative;

- c. aggiornare, semplificare ed efficientare gli strumenti di monitoraggio da parte dell'Autorità sul rispetto degli standard e sulla qualità percepita dei clienti, incluse le indagini di soddisfazione;
 - d. migliorare l'informazione disponibile ai clienti riguardo ai livelli qualitativi offerti dai venditori.
- 1.14 In considerazione del potenziale impatto del provvedimento finale e per favorire la più ampia partecipazione al procedimento dei soggetti interessati, l'Autorità ha ritenuto opportuno sottoporre il procedimento all'applicazione dell'analisi di impatto della regolazione (AIR)⁶, anche con modalità semplificate, per gli aspetti più rilevanti. In coerenza con quanto previsto dalla metodologia AIR, per le tematiche più rilevanti sono state valutate diverse opzioni. Nella parte successiva di questo documento vengono illustrate le opzioni preferite; si rimanda all'Appendice per una valutazione delle possibili opzioni alternative ai fini AIR e delle metriche adottate.
- 1.15 L'Autorità ha inoltre previsto che il responsabile del procedimento possa convocare tavoli tecnici e focus group per acquisire elementi conoscitivi utili per la formazione e l'adozione dei provvedimenti. A questo proposito, il 14 febbraio 2025 si è tenuta una sessione preliminare, in plenaria, del focus group che comprende rappresentanti delle associazioni dei consumatori, dei clienti non domestici e degli operatori. Nel corso dell'incontro, gli Uffici dell'Autorità hanno illustrato le aree tematiche potenzialmente oggetto di revisione e aggiornamento e hanno raccolto osservazioni e proposte, formulate dai partecipanti anche con contributi scritti⁷, delle quali si è tenuto conto nella stesura di questo documento per la consultazione. Ulteriori focus group con i soggetti interessati saranno organizzati a seguito dell'emanazione del presente documento di consultazione. Si ricorda infine che il termine per la chiusura del procedimento è previsto per il 31 luglio pv.

⁶ La metodologia AIR è stata adottata dall'Autorità con deliberazione, GOP 46/08; si veda anche la *Guida all'Analisi di Impatto della Regolazione* di cui all'Allegato A al provvedimento stesso, nonché il documento per la consultazione 152/2025/A.

⁷ Pervenuti da parte di tre associazioni rappresentative dei consumatori domestici, da sei associazioni rappresentative degli operatori, delle quali tre in forma interassociativa, e da una impresa di vendita.

ORIENTAMENTI

2. Ambito di applicazione

- 2.1 Secondo l'articolo 2, comma 1, del TIQV, sono tenuti al rispetto delle disposizioni contenute nel provvedimento tutti gli esercenti la vendita relativamente ai clienti di energia elettrica alimentati in bassa tensione (BT) e/o media tensione (MT) e ai clienti di gas naturale alimentati in bassa pressione (BP). La definizione di attività di vendita applicabile al TIQV, data dall'articolo 1 del provvedimento stesso, fa riferimento alle definizioni individuate nella regolazione dell'unbundling contabile⁸, comprendendo solo alcune delle attività afferenti alla vendita al dettaglio. La *Tabella 2.1* riepiloga la platea dei clienti nei confronti dei quali i venditori applicano il TIQV, in base al combinato disposto delle norme appena richiamate.

Tabella 2.1: Ambito di applicazione del TIQV

TIQV Articolo 2, comma 2.1		TIQV Articolo 1, definizione di "vendita"
Energia elettrica	BT	clienti domestici in maggior tutela (SMT)
		clienti domestici in tutele graduali (STG)
	MT	microimprese in tutele graduali (STG)
		clienti del mercato libero
Gas naturale	BP	clienti domestici in tutela della vulnerabilità (STV)
		clienti del mercato libero

- 2.2 Nell'ambito del focus group preliminare, le associazioni rappresentative degli operatori e un'impresa di vendita si sono espresse a favore di una razionalizzazione dell'ambito di applicazione del provvedimento, che assicuri una maggiore coerenza con quanto previsto da altri provvedimenti dell'Autorità che regolano le attività di vendita.

Orientamenti

- 2.3 Il TIQV include tra i soggetti meritevoli di particolari tutele e garanzie i clienti di minori dimensioni, alimentati in bassa tensione o bassa pressione. Per alcune tipologie di clienti, tuttavia, l'Autorità ha adottato misure restrittive in occasione della prima attivazione dei servizi a tutele graduali (STG), prevedendo in particolare che il TIQV non si applicasse nei confronti delle piccole imprese o delle microimprese con potenza impegnata superiore a 15 kW servite nel STG di cui alla deliberazione 491/2020/R/eel⁹.
- 2.4 Superata la fase di prima attivazione dei nuovi servizi di ultima istanza, l'Autorità ritiene opportuno prevedere che le tutele rafforzate offerte dal TIQV siano sempre operanti nei confronti dei clienti di minori dimensioni, più esposti agli squilibri nel rapporto con il fornitore, indipendentemente dalla circostanza che siano serviti a condizioni di mercato o in regime di ultima istanza, con la sola eccezione del servizio di default gas, che

⁸ Deliberazione 137/2016/R/com, Allegato A (TIUC).

⁹ Per le microimprese con potenza impegnata inferiore a 15 kW servite nel STG di cui alla deliberazione 208/2022/R/eel è invece stato previsto che il TIQV non si applicasse per un periodo transitorio di sei mesi dall'attivazione del servizio stesso.

resterebbe comunque escluso dall'ambito di applicazione del TIQV in quanto servizio funzionale alla disalimentazione del PdR.

- 2.5 In tal senso, considerando che i servizi di ultima istanza ai quali sarebbe estesa l'applicazione del TIQV sono affidati a imprese selezionate mediante gara, l'Autorità intende prevedere che il nuovo testo integrato si applichi ai clienti di questi servizi solo a decorrere dall'attivazione da parte dei nuovi aggiudicatari delle relative gare e con tempistiche tali da garantire in anticipo la piena conoscibilità di questa circostanza ai partecipanti alle gare stesse.
- 2.6 Riguardo ai clienti di energia elettrica alimentati in media tensione, l'Autorità ritiene che essi dispongano, per le loro caratteristiche dimensionali, di risorse e di capacità adeguate a interfacciarsi efficacemente con il proprio fornitore e che siano in grado di valutare l'opportunità di accedere agli strumenti disponibili per la soluzione di eventuali controversie nel caso in cui l'interlocuzione con la controparte risulti infruttuosa, così come di valutare il servizio offerto dal proprio venditore scelto sul mercato, anche in termini di assistenza fornita o di eventuali opzioni alternative.
- 2.7 Si rammenta infatti che l'Autorità ha introdotto, con il TICO¹⁰, in conformità con quanto previsto dall'articolo 2, comma 24, lettera b), della legge 481/95 e dall'articolo 141, comma 6, lettera c), del Codice del consumo, una procedura per l'esperimento presso il Servizio Conciliazione del tentativo di conciliazione per le controversie non risolte con il reclamo al venditore, quale condizione di procedibilità dell'azione giudiziale e ha confermato che il presupposto generale previsto dal TICO per l'attivazione del Servizio, rappresentato dall'invio del reclamo seguito da una risposta insoddisfacente o dalla mancata risposta decorsi quaranta giorni dall'invio del reclamo, trova necessario fondamento negli obblighi di buona fede e correttezza nella gestione del rapporto contrattuale con il cliente, indipendentemente dalle forme di tutela rafforzata offerte dal TIQV a particolari categorie di clienti.
- 2.8 L'Autorità ritiene quindi opportuno aggiornare l'ambito di applicazione del TIQV in coerenza con quanto sopra esposto e uniformare i criteri di inclusione a quelli già adottati in altri provvedimenti che regolano l'attività di vendita, come per esempio il Codice di condotta commerciale¹¹ e le previsioni in materia di trasparenza delle bollette¹², prevedendo che il TIQV si applichi a tutte le imprese di vendita nei confronti dei clienti:
- di energia elettrica ai quali siano riconducibili punti di prelievo esclusivamente alimentati in bassa tensione, esclusa l'illuminazione pubblica, e
 - del gas naturale con consumi complessivi non superiori a 200 000 Sm³/anno, escluso il servizio di default.
- 2.9 Per l'applicazione dell'analisi di impatto della regolazione (AIR) a questo orientamento, e per la valutazione delle opzioni alternative considerate, per le quali è comunque possibile formulare osservazioni e suggerimenti, si rimanda all'Appendice.

¹⁰ Testo integrato in materia di procedure di risoluzione extragiudiziale delle controversie tra clienti o utenti finali e operatori o gestori nei settori regolati dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente, Allegato A alla deliberazione 209/2016/E/com.

¹¹ Deliberazione 28 giugno 2018, 366/2018/R/com, Allegato A.

¹² Deliberazione 315/2024/R/com, Allegato A.

Q1. Si condividono gli orientamenti relativi alla ridefinizione dell'ambito di applicazione complessivo del TIQV? In caso contrario, quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

3. Canali di contatto

- 3.1 Il TIQV disciplina i canali per l'inoltro dei reclami scritti, prevedendo, all'articolo 8, l'obbligo per i venditori di pubblicare in bolletta e nel sito internet almeno un recapito postale o fax e una modalità telematica o indirizzo di posta elettronica disponibili per questa finalità; esso inoltre disciplina i requisiti e le prestazioni del servizio telefonico commerciale¹³. In base al Codice di condotta commerciale (articolo 9), le informazioni sui canali di contatto dell'impresa e sui diritti dei consumatori devono essere inseriti nella documentazione fornita ai clienti nella fase precontrattuale.
- 3.2 In esito al focus group preliminare, le associazioni dei consumatori si sono dette favorevoli all'utilizzo dei nuovi canali digitali in aggiunta ai canali tradizionali, eccezion fatta per chat e assistenti virtuali che non devono sostituire il contatto con l'operatore umano e purché sia garantita la tracciabilità e l'integrità delle comunicazioni. Le stesse associazioni considerano con favore la possibilità di presentare reclami mediante più canali, anche tradizionali, obbligatori per le imprese, e ritengono opportuno che sia accertata anche l'avvenuta ricezione delle risposte del venditore. Le associazioni degli operatori e un venditore evidenziano che i nuovi canali digitali servono prevalentemente per gestire i primi contatti, raccogliere informazioni preliminari e rispondere a quesiti informativi o risolvere problematiche minori, ma non sono strumenti idonei alla gestione dei reclami, e non ritengono opportuno che siano vincolati a soluzioni predefinite.

Disponibilità dei canali di assistenza

- 3.3 L'assistenza clienti ha ormai assunto una dimensione multicanale: accanto ai canali tradizionali come telefono, posta, e-mail e sportelli fisici, per soddisfare le diverse esigenze e preferenze dei clienti i venditori mettono oggi a disposizione ulteriori canali digitali, che sono addirittura privilegiati, rispetto a quelli tradizionali, dalle imprese che individuano il proprio target nel segmento più digitalizzato della platea di clienti.
- 3.4 Considerato il crescente utilizzo dei canali digitali, assume particolare rilievo in tale ambito la legge 9 gennaio 2004 n. 4 (di seguito: legge 4/04) che reca le disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità, ai servizi erogati tramite il web e le applicazioni mobili dai c.d. soggetti erogatori, ossia le pubbliche amministrazioni e i soggetti giuridici con un fatturato medio, negli ultimi tre anni di attività, superiore a cinquecento milioni di euro.
- 3.5 In particolare, la legge 4/04 mira a garantire l'accessibilità dei servizi informatici e telematici, senza discriminazioni, anche a coloro che, a causa di disabilità, necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari. Secondo tale legge, i servizi erogati

¹³ Definito dall'articolo 1 del TIQV come il servizio telefonico che permette al cliente di contattare il proprio venditore per richieste di informazioni, prestazioni o servizi commerciali e inoltro di reclami.

tramite web o applicazioni sono considerati accessibili in presenza di requisiti di accessibilità al contenuto del servizio da parte dell'utente e di fruibilità delle informazioni offerte che devono essere rispettati dai soggetti erogatori in conformità alle regole tecniche adottate dall'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID)¹⁴. Questa normativa si applica anche ai soggetti giuridici che offrono servizi al pubblico attraverso siti web o applicazioni mobili nei settori dell'elettricità e del gas che superano, come anticipato sopra, un determinato fatturato.

- 3.6 L'AgID è il soggetto deputato a monitorare la corretta attuazione di queste disposizioni, nonché ad accertare violazioni e irrogare sanzioni amministrative pecuniarie; spetta sempre all'AgID il compito di emanare apposite Linee guida che definiscano le regole tecniche necessarie per garantire il rispetto dei principi e dei requisiti di accessibilità.
- 3.7 Si ricorda infine che con decreto legislativo 5 febbraio 2024, n. 20, è stata istituita l'Autorità Garante nazionale dei diritti delle persone con disabilità al fine, in particolare, di promuovere e proteggere i diritti delle persone con disabilità, in attuazione della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità del 13 dicembre 2006 e di monitorare la sua attuazione.

Orientamenti

- 3.8 L'Autorità intende confermare l'obbligo per i venditori di rendere disponibili nelle bollette e sul proprio sito internet i recapiti del servizio di assistenza ai clienti, prevedendo che comprendano almeno un recapito telefonico, un recapito postale e almeno una modalità telematica che consenta lo scambio di informazioni su supporto durevole, lasciando quindi alle imprese la scelta di rendere disponibili ulteriori recapiti o canali di contatto. L'Autorità intende però prevedere, a tutela di particolari categorie di clienti, l'obbligo per le imprese di pubblicare sul proprio sito internet tutti i canali di contatto disponibili e di dare adeguata pubblicità alla disponibilità di canali o strumenti dedicati ai clienti con disabilità.
- 3.9 L'Autorità ritiene inoltre opportuno prevedere esplicitamente che il venditore debba garantire l'accesso ai servizi di assistenza, per un certo periodo di tempo (per esempio, per almeno un anno dall'emissione della bolletta di chiusura), anche in seguito all'estinzione del contratto, per la risoluzione di eventuali pendenze. In coerenza con questo orientamento, l'Autorità intende prevedere che i venditori siano anche tenuti a mantenere attive per lo stesso periodo di tempo nei canali digitali che consentono l'accesso riservato a un'area personale del cliente, le funzioni di consultazione (che consentono di accedere a bollette, documenti e comunicazioni scambiate fra le parti) e le funzioni di comunicazione (che consentono l'invio di reclami e richieste di informazioni e delle relative risposte).
- 3.10 In aggiunta, si ritiene opportuno attivare specifiche interlocuzioni con l'AgID e con l'Autorità Garante nazionale dei diritti delle persone con disabilità al fine di intercettare eventuali criticità nell'accessibilità dei servizi erogati a persone con disabilità, nei settori dell'elettricità e gas, tramite il web e le applicazioni mobili ed elaborare possibili strategie per superare tali criticità, promuovendo una maggiore attenzione per le diverse

¹⁴ Al fine di garantire il controllo della corretta attuazione di tali obblighi, i soggetti erogatori forniscono e aggiornano periodicamente una dichiarazione di accessibilità particolareggiata, esaustiva e chiara sulla conformità dei rispettivi siti web e applicazioni mobili alla legge 4/04.

esigenze di tali clienti, anche mediante il miglior utilizzo di tecnologie assistive o configurazioni particolari.

Q2. Si condividono gli orientamenti in materia di accessibilità del servizio di assistenza e dei relativi canali di contatto sopra descritti? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Canale telefonico

- 3.11 Il TIQV stabilisce nella *Parte III*, dedicata alla qualità dei servizi telefonici, che i venditori debbano disporre di un servizio telefonico commerciale con uno o più numeri telefonici; garantire l'apertura del servizio con operatore per un minimo di 35 ore alla settimana; pubblicare nel proprio sito internet, e riportare in bolletta, i numeri telefonici del servizio, il tipo di chiamate alle quali i numeri stessi sono dedicati e, almeno nel sito internet, il loro orario di apertura. I venditori devono inoltre dotarsi di un call center¹⁵ in grado di registrare le diverse fasi della chiamata e rispettare gli standard generali di qualità previsti dal provvedimento.
- 3.12 Oltre a questi obblighi, il TIQV prevede che i servizi telefonici dotati di albero fonico (IVR)¹⁶, debbano essere accessibili mediante numeri verdi gratuiti almeno per chiamate da rete fissa; offrire almeno al secondo livello¹⁷ dell'albero fonico l'opzione esplicita di richiesta di parlare con un operatore e assicurare il trasferimento della chiamata verso un operatore in caso di interazione con il servizio automatico non andata a buon fine (errore nella scelta dell'opzione offerta dall'IVR o mancata scelta da parte del cliente).
- 3.13 Questa disciplina si applica ai soli numeri telefonici destinati in tutto o in parte a clienti serviti in bassa tensione o in bassa pressione e non si applica ai venditori che servono complessivamente meno di 10 000 clienti concentrati per almeno l'85% in non più di tre comuni limitrofi, purché i venditori stessi siano dotati di almeno uno sportello fisico aperto per almeno 25 ore settimanali.

Orientamenti

- 3.14 Il canale telefonico è tuttora il canale più immediato e diretto a disposizione dei clienti per comunicare con i venditori e rimane anche il canale caratterizzato dalla maggiore versatilità e universalità. Per questo motivo, l'Autorità intende prevedere che tutti i venditori, qualunque sia il numero e la distribuzione geografica dei clienti serviti, siano tenuti a offrire un servizio telefonico di assistenza e a rispettare i tempi minimi di apertura del servizio con operatore già richiamati nei precedenti paragrafi.

¹⁵ Definito dall'articolo 1 del TIQV come servizio in grado di registrare il momento della risposta, dell'eventuale richiesta di parlare con un operatore (in caso di risponditore automatico), e dell'inizio della conversazione con l'operatore o, se precedente, della fine della chiamata.

¹⁶ Definito dall'articolo 1 del TIQV come un sistema costituito da un risponditore automatico con funzioni interattive che, in funzione delle risposte fornite dal cliente via tastiera o riconoscimento vocale, permette di accedere a menu di servizi e di richiedere di essere messi in contatto con un operatore.

¹⁷ Nel conteggio dei livelli dell'albero fonico non si tiene conto dell'eventuale livello per la scelta tra i diversi servizi o per la scelta della lingua (per le imprese che operano in aree in cui è tutelato il bilinguismo).

- 3.15 In relazione ai venditori di minori dimensioni attualmente esclusi dall'applicazione della *Parte III*, tuttavia, si ritiene opportuno prevedere che nei loro confronti non operi l'obbligo di dotarsi di un call center: questi soggetti sarebbero di conseguenza tenuti a rispettare gli standard generali di qualità dei servizi telefonici e gli obblighi di registrazione dei dati¹⁸ solo nel caso in cui dotassero volontariamente di call center le proprie linee telefoniche di assistenza ai clienti.

Q3. Si condivide l'orientamento di estendere il campo di applicazione degli obblighi di servizio relativi ai servizi telefonici come sopra indicato? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

- 3.16 Riguardo ai costi delle chiamate il TIQV prevede che le linee dotate di albero fonico debbano essere accessibili mediante uno o più numeri verdi gratuiti, almeno per le chiamate da rete fissa, mentre non prevede alcun obbligo in relazione ai costi per chiamate da reti diverse, in particolare da rete mobile.
- 3.17 A questo proposito, il Codice del consumo stabilisce, all'articolo 64, che se il professionista utilizza una linea telefonica per essere contattato dal consumatore in merito al contratto concluso, il consumatore non è tenuto a pagare più della tariffa di base¹⁹ quando contatta il professionista, fermo restando il diritto dei fornitori dei servizi di comunicazione di applicare una tariffa per queste chiamate.
- 3.18 In esito al focus group preliminare, le associazioni dei consumatori ritengono necessario che le chiamate non siano mai poste a carico del cliente, mentre gli esponenti degli operatori hanno sottolineato che, data la disponibilità di diversi canali innovativi che offrono modalità di contatto gratuite e dato che le tariffe telefoniche odierne sono tendenzialmente omnicomprensive, l'obbligo di mettere a disposizione uno o più numeri verdi totalmente gratuiti sia da ritenere ormai superato.
- 3.19 Considerando le caratteristiche di universalità del canale telefonico, l'Autorità intende confermare l'attuale disposizione del TIQV che prevede la totale gratuità per i clienti almeno delle chiamate da rete fissa verso linee dotate di albero fonico, fermo restando quanto già disposto dal Codice del consumo riguardo al costo per i clienti domestici delle chiamate da rete diversa dalla rete fissa.

Q4. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in merito al costo delle chiamate verso i servizi telefonici dei venditori? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Canali per l'invio di reclami

- 3.20 Il TIQV regola, all'articolo 8, le procedure di presentazione e di gestione dei reclami scritti e i relativi obblighi informativi a carico del venditore circa i recapiti disponibili.

¹⁸ Si vedano, rispettivamente, i successivi capitoli 5 e 7.

¹⁹ Le tariffe telefoniche di base sono definite dall'articolo 1 del Piano di numerazione nazionale, di cui alla deliberazione dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni 8/15/CIR del 13 gennaio 2015.

- Non è invece oggetto di regolazione l'attivazione della procedura di reclamo in forma non scritta, tramite il canale telefonico.
- 3.21 La corretta gestione di un reclamo richiede, da un lato, che tutte le fasi della relativa procedura siano correttamente registrate e, dall'altro, che i contenuti del reclamo stesso e della relativa risposta siano disponibili su un supporto durevole.
- 3.22 In esito al focus group preliminare, rispetto all'ipotesi di promuovere l'attivazione della procedura di reclamo attraverso il canale telefonico, un'associazione di consumatori si è detta favorevole alla regolazione su base volontaria per le imprese, prevedendo eventualmente strumenti premiali per le imprese che offrissero questa opportunità; alcune associazioni degli operatori hanno espresso invece contrarietà, a causa degli oneri e dei tempi richiesti per gli aggiornamenti tecnologici necessari, tra l'altro, a consentire la trascrizione dei reclami e il rispetto della normativa sulla protezione dei dati personali. Un'impresa sostiene inoltre che solo la forma scritta del reclamo costituirebbe prova idonea per consentire il ricorso alla giustizia dopo un mancato accordo conciliativo.

Orientamenti

- 3.23 In caso di problemi, l'interlocuzione in tempo reale attraverso il canale telefonico consente in molti casi all'operatore di individuare correttamente e di risolvere le criticità sottostanti, ma è possibile che, per la natura del problema segnalato, l'operatore non sia in condizione di fornire un riscontro nel corso della chiamata. La possibilità di attivare una procedura di reclamo per via telefonica rappresenterebbe per i clienti un importante efficientamento, specialmente quando la formulazione del reclamo per iscritto può risultare più difficoltosa²⁰, mentre per i venditori la conversazione telefonica potrebbe facilitare le successive attività di backoffice per la gestione del caso.
- 3.24 L'Autorità ritiene che la disciplina del TIQV in materia di attivazione della procedura di reclamo possa essere aggiornata prevedendo che le imprese siano tenute a garantire ai clienti la possibilità di attivare una procedura di reclamo attraverso il canale telefonico, se questo è già utilizzato dall'impresa stessa per compiere operazioni relative al rapporto contrattuale, come per esempio la stipulazione di un nuovo contratto, che comportano la trasmissione su supporto durevole di atti o documenti.
- 3.25 Con riferimento al canale telefonico, l'avvio di una procedura di reclamo potrebbe essere documentato con l'invio o la messa a disposizione del cliente di un'attestazione scritta, su supporto durevole accettato dal cliente stesso, con almeno la data di presentazione del reclamo, il codice univoco identificativo della pratica, l'indicazione della fornitura interessata, la classificazione del reclamo per argomento e sub-argomento e un'annotazione relativa all'oggetto del reclamo. Con l'invio o la messa a disposizione del cliente dell'attestazione scritta di cui sopra, il reclamo sarebbe a tutti gli effetti definito, classificato e gestito come un reclamo scritto.
- 3.26 Per l'applicazione dell'analisi di impatto della regolazione (AIR) a questo orientamento, e per la valutazione delle opzioni alternative considerate, per le quali è comunque possibile formulare osservazioni e suggerimenti, si rimanda all'Appendice.
- 3.27 Allo scopo di ampliare le opzioni disponibili per l'attivazione della procedura di reclamo, l'Autorità intende prevedere che questa sia sempre possibile attraverso i canali digitali eventualmente attivati dall'impresa che consentono ai clienti registrati di accedere,

²⁰ Per esempio, i clienti più anziani o i clienti portatori di disabilità.

previa identificazione, a un'area personale (applicazioni per dispositivi mobili, sezione personale del sito internet). Questa modalità non può comunque essere l'unica modalità di presentazione dei reclami per via telematica messa a disposizione dal venditore.

- 3.28 Per garantire la trasparenza della procedura di reclamo si intende infine prevedere che in tutti i casi in cui la presentazione di un reclamo avviene mediante la compilazione di un modulo online, il sistema debba consentire al cliente di scaricare, o di ricevere tramite posta elettronica, una copia del modulo compilato recante la data di presentazione e il codice di riferimento della pratica.

Q5. Si condividono gli orientamenti sopra descritti riguardo alla definizione dei canali attraverso i quali il venditore sarebbe tenuto a ricevere i reclami? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e per quali motivi?

4. Reclami e richieste di informazioni

- 4.1 L'articolo 1 del TIQV definisce come reclamo ogni comunicazione scritta fatta pervenire al venditore, anche per via telematica, con la quale il cliente, o per suo conto un rappresentante legale o un'associazione di consumatori o di categoria, esprime lamentele circa la non coerenza del servizio ottenuto con uno o più requisiti definiti da leggi o provvedimenti amministrativi, dalla proposta contrattuale cui il cliente ha aderito, dal contratto di fornitura, o circa ogni altro aspetto relativo ai rapporti tra venditore e cliente.
- 4.2 Le comunicazioni del cliente non classificabili come reclami e le comunicazioni ricevute dal venditore entrante relative all'applicazione del corrispettivo Cmor²¹ sono classificate come richieste di informazioni, mentre i solleciti e le reiterazioni dello stesso reclamo o richiesta di informazioni pervenuti all'impresa prima del termine previsto per la risposta non devono essere considerati ai fini della classificazione.
- 4.3 Il TIQV definisce inoltre, agli articoli 8 e seguenti, i requisiti minimi dei reclami al fine di consentire una corretta gestione da parte delle imprese e i contenuti minimi obbligatori delle risposte ai reclami.

Definizione di reclamo

- 4.4 L'attuale definizione di reclamo data dal TIQV considera un elemento di natura soggettiva, che presuppone l'indicazione da parte del cliente di un inadempimento dell'impresa. Nonostante l'articolo 8 del TIQV preveda che la comunicazione del cliente debba essere classificata come reclamo in tutti i casi incerti, il riferimento all'elemento soggettivo potrebbe lasciare spazio a classificazioni non corrette, per esempio nei casi in cui il cliente, pur rilevando implicitamente un'anomalia, esprima la propria istanza come richiesta di chiarimenti.

²¹ Regolato dalla deliberazione 593/2017/R/com, Allegato A, Testo integrato del sistema indennitario a carico del cliente finale moroso nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale.

- 4.5 In esito al focus group preliminare, un'associazione di consumatori suggerisce che tutte le comunicazioni scritte dei clienti siano classificate come reclami, mentre le associazioni rappresentative degli operatori hanno valutato positivamente l'ipotesi di definire un reclamo sulla base di criteri più oggettivi; in particolare, alcune hanno suggerito di classificare come reclami le comunicazioni che implicino un effettivo o potenziale danno economico per il cliente, escludendo le comunicazioni in materia di morosità proposte più volte dal cliente con il solo fine di interrompere o procrastinare le procedure di autotutela delle imprese.

Orientamenti

- 4.6 L'Autorità intende integrare la definizione di reclamo con l'indicazione di un criterio di valutazione oggettivo, con l'obiettivo di minimizzare le possibilità di errore e le contestazioni che potrebbero derivarne. In questo senso si ritiene che la definizione di reclamo possa fare ulteriore riferimento alle azioni che l'impresa deve compiere per fornire una risposta motivata al cliente, prevedendo che debba essere in ogni caso classificata come reclamo qualunque comunicazione che comporta un'attività di verifica puntuale, anche attraverso l'acquisizione di informazioni e documenti presso soggetti terzi, necessaria ai fini dell'eventuale adozione di misure correttive o riparatorie.
- 4.7 La definizione di reclamo escluderebbe comunque le comunicazioni ricevute dal venditore entrante relative all'applicazione del corrispettivo Cmor e, per scoraggiare eventuali comportamenti opportunistici, tutte le comunicazioni, reiterate in qualunque momento, relative alla stessa fattispecie già oggetto di un precedente reclamo.

Q6. Si condividono gli orientamenti sopra illustrati relativi alla definizione di reclamo? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Contenuti delle risposte ai reclami

- 4.8 Il TIQV stabilisce, all'articolo 11, che il venditore formuli la risposta motivata utilizzando una terminologia di uso comune e conforme al Glossario definito dall'Autorità; lo stesso articolo elenca i contenuti minimi delle risposte a qualunque reclamo scritto e il successivo articolo 12 elenca gli ulteriori contenuti obbligatori delle risposte ai reclami relativi alla fatturazione di importi anomali, definiti a loro volta dall'articolo 9.
- 4.9 La definizione di reclami relativi alla fatturazione di importi anomali comprende, sia per la fornitura di energia elettrica, sia per la fornitura di gas naturale, un insieme articolato di fattispecie associate alla fatturazione di addebiti o consumi in proporzione superiore a quanto fatturato mediamente nei dodici mesi precedenti²².
- 4.10 Tra i soggetti coinvolti nel focus group preliminare, le associazioni dei consumatori hanno confermato la criticità costituita da risposte troppo spesso generiche, poco comprensibili e per questo non risolutive e hanno evidenziato che la presenza di elementi superflui o

²² La soglia di anomalia per il servizio elettrico è del 150% per i clienti domestici e del 250% per i clienti non domestici; per il servizio gas è del doppio per tutti i clienti, con l'esclusione dei casi in cui l'anomalia sia attribuibile esclusivamente alla variazione stagionale dei consumi.

non essenziali può essere controproducente, in termini di minore chiarezza della risposta. Quest'ultima considerazione è generalmente condivisa dalle associazioni degli operatori, che si sono anche espresse in senso favorevole a una maggiore flessibilità nella definizione dei contenuti minimi delle risposte previsti dal TIQV.

Orientamenti

- 4.11 Riguardo ai contenuti delle risposte ai reclami, la regolazione deve rispondere in primo luogo all'esigenza di garantire risposte esaurienti, motivate e comprensibili. A questo proposito, la presenza nelle risposte di tutte le informazioni rilevanti è una condizione necessaria affinché il cliente possa valutare il riscontro fornito, ma può non essere condizione sufficiente: la qualità e la coerenza dell'argomentazione e la relativa struttura logica sono elementi altrettanto importanti ai fini della comprensione di contenuti spesso complessi, mentre la presenza di informazioni non necessarie può rendere più difficile la valutazione della risposta e la comprensione degli esiti del reclamo.
- 4.12 L'Autorità intende quindi prevedere che la regolazione dei contenuti delle risposte ai reclami sia meno focalizzata sull'indicazione puntuale di elementi informativi obbligatori e che sia piuttosto orientata a definire la struttura della risposta, vincolando le imprese ad articolare i relativi contenuti in sezioni logicamente sequenziali, introdotte da titoli predefiniti, all'interno delle quali il venditore deve esporre in modo coerente le informazioni necessarie a fornire un riscontro comprensibile ed esauriente.
- 4.13 In particolare, si ritiene che i contenuti delle risposte ai reclami possano essere regolati in modo più efficace e flessibile prevedendo che le risposte stesse siano obbligatoriamente strutturate nelle seguenti parti o capitoli:
- *Il Suo reclamo*, che riepiloga sinteticamente il problema evidenziato;
 - *Le nostre verifiche*, che indica i fattori individuati come cause o possibili cause del problema, descrive le verifiche effettuate, anche presso soggetti terzi (per esempio, il distributore) necessarie per giungere a conclusioni certe e valuta i relativi esiti;
 - *Le nostre conclusioni*, che espone le conclusioni raggiunte circa la fondatezza del reclamo e indica quando e come il problema sarà risolto oppure, in alternativa, motiva l'infondatezza del reclamo stesso, dando eventuali indicazioni della normativa/contrattualistica di riferimento;
 - *I Suoi diritti*, che indica, se del caso, gli indennizzi che saranno corrisposti al cliente, e, in ogni caso, le azioni che il cliente stesso può intraprendere, inclusa l'attivazione di una procedura di conciliazione²³, se ritiene insoddisfacente la risposta.
- 4.14 Questa soluzione comporterebbe per le imprese una maggiore flessibilità, ma anche una maggiore responsabilizzazione riguardo all'argomentazione delle risposte, anche in relazione alle attività di verifica e valutazione dei dati disponibili; in questi termini, il venditore dovrebbe, tra l'altro, rendere espliciti i motivi per i quali non sia stato eventualmente possibile giungere a conclusioni certe sul caso.
- 4.15 Si ritiene comunque possibile che per alcuni tipi di reclami siano previsti obblighi più specifici: in particolare, per i reclami relativi agli importi fatturati, indipendentemente dalla loro entità, potrebbe essere opportuno prevedere che la parte della risposta relativa a *Le nostre verifiche* debba obbligatoriamente contenere, a seconda delle necessità, una

²³ In coerenza con quanto indicato nel contratto di fornitura ai sensi dell'articolo 11.1, lettera j, del Codice di condotta commerciale.

illustrazione puntuale dei consumi fatturati, dei corrispettivi applicati e degli eventuali ricalcoli e, in caso di modifica dei corrispettivi (variazione unilaterale, evoluzione automatica, rinnovo con modifica delle condizioni economiche), i relativi presupposti e le modalità con le quali la modifica è stata comunicata.

Q7. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di contenuti obbligatori delle risposte ai reclami? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

- 4.16 Considerando che la definizione dei contenuti obbligatori delle risposte ai reclami sopra descritta non comporterebbe alcuna differenziazione basata sull'entità dell'importo o dei consumi fatturati, l'Autorità ritiene opportuno non confermare, nel nuovo TIQV, la definizione di reclamo per fatturazione di importi anomali di cui all'attuale articolo 9.
- 4.17 Questa definizione è attualmente richiamata da altri provvedimenti dell'Autorità: la fatturazione di un importo anomalo, infatti, rientra tra i casi in cui è possibile rateizzare il pagamento²⁴, mentre tra i casi in cui il venditore non può richiedere la sospensione della fornitura per morosità rientra la mancata risposta a un reclamo per fatturazione di importo anomalo (fatti salvi i casi in cui l'importo anomalo è inferiore a 50 euro o il reclamo è stato inviato oltre il decimo giorno successivo alla scadenza di pagamento)²⁵.
- 4.18 Di conseguenza, per garantire la continuità della regolazione in materia di rateizzazione e di sospensione della fornitura per morosità, l'Autorità provvederà, contestualmente all'approvazione del nuovo TIQV, a ricollocare la definizione di fatturazione di importo anomalo nell'ambito dei provvedimenti nei quali è attualmente richiamata, in modo che mantenga la propria validità. In occasione di questo intervento, l'Autorità è orientata a riformulare il testo attualmente presente nel TIQV, ai fini di semplificazione e razionalizzazione.

Q8. Si condivide l'opportunità di razionalizzare e semplificare l'attuale definizione di fatturazione di importo anomalo? Sono presenti nell'attuale definizione elementi di criticità che sarebbe opportuno risolvere e per quali motivi?

Contenuti delle risposte alle richieste di informazioni

- 4.19 Attualmente il TIQV non prevede obblighi relativi al contenuto delle risposte alle richieste di informazioni. Come già indicato all'inizio di questo capitolo, l'Autorità ritiene opportuno introdurre strumenti che offrano al cliente un adeguato livello di trasparenza circa la classificazione operata dal venditore, laddove la terminologia delle risposte usa spesso espressioni come "la Sua comunicazione", "la Sua segnalazione" o simili e non i termini reclamo e richiesta di informazioni presenti nella regolazione.

²⁴ Deliberazione 463/2016/R/com per le forniture nel mercato libero; deliberazione 555/2017/R/com, Allegato A, per le condizioni Placet; deliberazione 362/2023/R/eel, Allegato A (TIV), per le forniture in maggior tutela e in tutele gradualità; deliberazione 100/2023/R/com, Allegato A (TIVG), per le forniture in tutela della vulnerabilità.

²⁵ Per il servizio elettrico, deliberazione 258/2015/R/com, Allegato A (TIMOE); per il servizio gas, deliberazione ARG/gas 99/11, Allegato A (TIMG).

Orientamenti

- 4.20 Per garantire maggiore trasparenza nei confronti dei clienti e stimolare una più accurata classificazione delle comunicazioni dei clienti, l'Autorità ritiene opportuno introdurre l'obbligo per il venditore di includere nell'oggetto della comunicazione di risposta alle comunicazioni classificate come richieste di informazioni la dicitura "Risposta alla sua richiesta di informazioni" e di indicare, eventualmente anche con nota in calce alla risposta, i recapiti dell'impresa per eventuali reclami, il tempo massimo di risposta previsto dallo standard e l'indennizzo dovuto in caso di ritardo.

Q9. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di contenuti obbligatori delle risposte alle richieste di informazioni? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

5. Indicatori di qualità, standard e indennizzi

- 5.1 Il TIQV definisce, nella *Parte II*, quattro indicatori di qualità commerciale, riferiti alla tempestività nell'esecuzione di particolari prestazioni. Di questi, tre indicatori sono sottoposti a standard specifico (tempo di risposta motivata a reclami scritti, tempo di rettifica di fatturazione e tempo di rettifica di doppia fatturazione²⁶) e un indicatore è sottoposto a standard generale (tempo di risposta a richieste scritte di informazioni). Nel caso degli standard specifici, il venditore deve completare ogni singola prestazione entro il tempo massimo previsto e, in caso di ritardo per cause imputabili al venditore stesso, deve versare al cliente un indennizzo automatico.
- 5.2 Il TIQV definisce inoltre, nella *Parte III*, gli indicatori di qualità dei call center e i relativi standard generali, riferiti all'insieme delle prestazioni erogate. Questi standard hanno lo scopo di ridurre il fenomeno delle linee occupate (accessibilità al servizio, AS), di limitare attese troppo elevate per parlare con un operatore (tempo medio di attesa, TMA) e di garantire l'effettiva possibilità di parlare con un operatore al cliente che ne faccia richiesta (livello di servizio, LS).

Indicatori e standard di qualità commerciale

- 5.3 In relazione alle prestazioni di qualità commerciale, la *Tabella 5.1* riepiloga schematicamente il sistema di indicatori, standard e indennizzi attualmente in vigore.

²⁶ Il tempo di rettifica di doppia fatturazione è il tempo, in giorni solari, compreso tra la data in cui il venditore riceve la richiesta scritta di rettifica di consumi fatturati per un punto di prelievo o di riconsegna che non fa capo al venditore stesso, e la data in cui le somme non dovute vengono accreditate al cliente, inclusi i tempi per l'eventuale acquisizione di dati tecnici. L'accredito può essere effettuato anche nella bolletta di chiusura, considerando ai fini delle tempistiche la data di emissione della bolletta stessa; in alternativa, la somma a credito deve essere erogata con rimessa diretta.

Tabella 5.1 - Indicatori e standard specifici e generali previsti dal TIQV

Indicatore	Standard specifico	Indennizzo base
Tempo massimo di risposta motivata a reclami scritti	30 giorni solari	25 euro
Tempo massimo di rettifica di fatturazione	60 giorni solari (1)	25 euro
Tempo massimo di rettifica di doppia fatturazione	20 giorni solari	25 euro
Indicatore	Standard generale	
Percentuale minima di risposte a richieste scritte di informazioni inviate entro 30 giorni solari	95%	

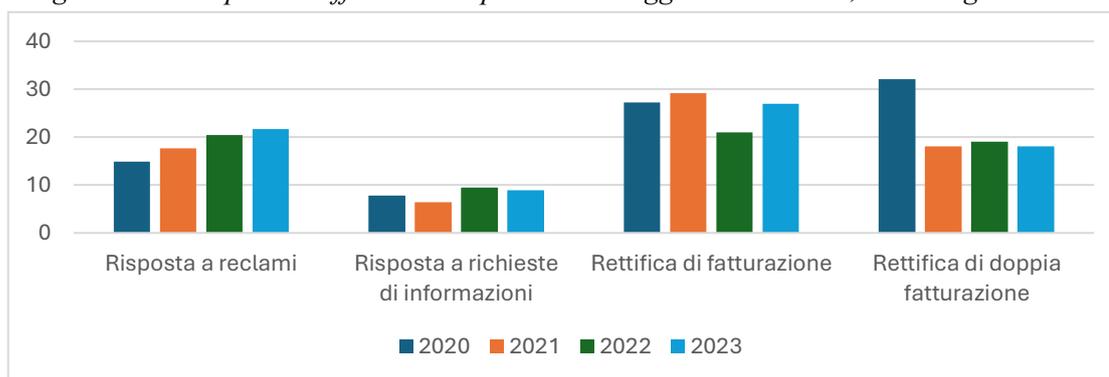
(1) Standard specifico di 90 giorni solari in caso di fatturazione con periodicità quadrimestrale.

5.4 I tempi per l'esecuzione delle prestazioni soggette a standard, misurati in giorni solari, sono conteggiati dalla data in cui il venditore riceve la relativa richiesta alla data in cui la prestazione è completata. Le figure 5.1 e 5.2 illustrano, rispettivamente per il settore elettrico e per il settore gas, i tempi medi effettivi totalizzati dagli operatori negli anni dal 2020 al 2023 per il completamento delle prestazioni soggette a standard²⁷.

Figura 5.1 - Tempi medi effettivi delle prestazioni soggette a standard, servizio elettrico



Figura 5.2 - Tempi medi effettivi delle prestazioni soggette a standard, servizio gas



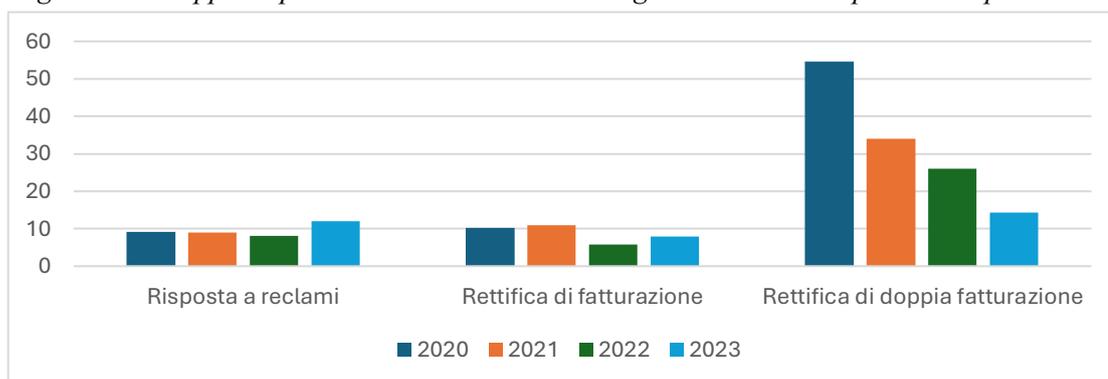
5.5 Per entrambi i settori si può osservare che i tempi medi effettivi registrati negli anni considerati si attestano costantemente al di sotto degli standard minimi fissati dal TIQV, a eccezione del tempo per le rettifiche di doppia fatturazione, che presenta peraltro valori

²⁷ Fonte: Arera, Relazione annuale sullo stato dei servizi e sull'attività svolta (volume 1), anni 2021 - 2024.

molto prossimi al tempo massimo ammesso (20 giorni solari), anche negli anni in cui il valore medio risulta inferiore allo standard.

- 5.6 La figura 5.3 illustra l'andamento, negli anni dal 2020 al 2023, del rapporto percentuale tra il numero di indennizzi erogati²⁸ dalle imprese di vendita per il mancato rispetto del tempo standard e il numero complessivo di prestazioni soggette a standard specifico²⁹.

Figura 5.3 - Rapporto percentuale tra indennizzi erogati e numero complessivo di prestazioni



- 5.7 In esito al focus group preliminare, le associazioni degli operatori hanno espresso una generale contrarietà alla riduzione dei tempi massimi di tutti i livelli specifici; un'associazione di consumatori ritiene invece che lo standard relativo alla rettifica di fatturazione debba essere ridotto.

Orientamenti

- 5.8 I dati sopra richiamati inducono a ritenere che, in termini di tempo medio impiegato per il completamento delle prestazioni soggette a standard, le imprese abbiano per lo più raggiunto valori soddisfacenti, almeno per quanto riguarda le prestazioni di risposta a reclami e a richieste di informazione e di rettifica di fatturazione.
- 5.9 Per quanto riguarda i tempi standard, non sembra opportuno introdurre limiti più sfidanti per le imprese, a eccezione dello standard relativo al tempo massimo per la rettifica di doppia fatturazione. Pur trattandosi di un fenomeno che dal punto di vista quantitativo presenta dimensioni inferiori rispetto ad altri disservizi, la doppia fatturazione è un evento che comporta effetti particolarmente negativi per i clienti.
- 5.10 Per questo motivo l'Autorità ritiene opportuno stimolare migliori performance in termini di tempestività del rimborso e, indirettamente, di prevenzione del fenomeno, riducendo da 20 a 15 giorni solari il tempo massimo di rettifica di doppia fatturazione.
- 5.11 Per quanto riguarda le altre prestazioni, la conferma degli attuali tempi standard continuerebbe a offrire un livello minimo di riferimento e lascerebbe alle imprese la possibilità di perseguire obiettivi migliorativi in coerenza con le proprie strategie commerciali, con l'effetto di favorire la concorrenza e la diversificazione dell'offerta.
- 5.12 In relazione agli indicatori di qualità commerciale, l'Autorità ritiene opportuno confermare gli attuali indicatori e l'attuale articolazione degli standard in specifici e

²⁸ Il numero di indennizzi erogati non corrisponde esattamente al numero dei fuori standard, in quanto non comprende gli indennizzi maturati ma non ancora erogati.

²⁹ Fonte: Arera, Relazione annuale sullo stato dei servizi e sull'attività svolta (volume 1), anni 2021 - 2024.

generali; per promuovere una migliore comprensione del significato degli indicatori "tempo di rettifica di fatturazione" e "tempo di rettifica di doppia fatturazione", si ritiene tuttavia possibile valutare l'opportunità di una loro ridenominazione, rispettivamente, in "tempo di rimborso per errori in bolletta" e "tempo di rimborso di doppia bolletta".

Q10. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di indicatori e standard di qualità commerciale? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

Q11. Si ritiene opportuno prevedere l'introduzione di indicatori e standard ulteriori rispetto a quelli attualmente previsti? Quali prestazioni di particolare rilevanza per i clienti dovrebbero riguardare, e con quali finalità?

Indennizzi automatici

- 5.13 In relazione ai livelli specifici di qualità commerciale, il TIQV stabilisce che il venditore corrisponda al cliente un indennizzo automatico pari a 25 euro in caso di mancato rispetto del tempo standard per cause imputabili al venditore stesso. L'indennizzo non deve essere corrisposto se il ritardo è imputabile a cause di forza maggiore, al cliente o a terzi; se il cliente ha già ricevuto in corso d'anno un indennizzo per violazione del medesimo standard; per ritardo nella risposta a reclamo scritto relativo a interruzioni prolungate o estese regolate dal TIQD³⁰, o in caso di reclami per i quali non sia possibile identificare il cliente. L'importo base dell'indennizzo è raddoppiato se il ritardo supera il doppio del tempo massimo previsto dallo standard, ed è triplicato se il ritardo supera il triplo del tempo massimo.
- 5.14 Un meccanismo particolare di indennizzo è previsto nei casi in cui il venditore debba necessariamente acquisire dati tecnici dal distributore per fornire una risposta motivata a un reclamo scritto. La regolazione della qualità del servizio di distribuzione³¹ sottopone a standard specifico il tempo di risposta del distributore a richieste di dati tecnici da parte del venditore e prevede che in caso di superamento di questo tempo standard il distributore debba corrispondere al venditore un indennizzo automatico del valore base di 34,50 euro per il servizio elettrico e di 30 euro per il servizio gas, crescente per entrambi i settori in relazione al ritardo nell'esecuzione della prestazione. A fronte di un eventuale ritardo da parte del distributore nella trasmissione dei dati tecnici necessari per rispondere al reclamo scritto, il TIQV prevede che il venditore:
- trattenga l'indennizzo versato dal distributore, se la risposta al reclamo è comunque fornita al cliente entro il tempo standard previsto dal TIQV;
 - trattenga l'indennizzo versato dal distributore e versi al cliente l'indennizzo previsto dal TIQV (25 euro) se la risposta al reclamo è inviata oltre il tempo standard.
- 5.15 In esito al focus group preliminare, l'opportunità di adeguare l'importo degli indennizzi è stata condivisa, seppure in termini diversi, da tutti i partecipanti: le associazioni dei consumatori ritengono necessario un aumento significativo dell'importo base, oppure la definizione di un importo dovuto per ogni giorno di ritardo sino al raggiungimento di un

³⁰ Deliberazione 617/2023/R/eel, e relativo Allegato A.

³¹ Per il servizio elettrico, deliberazione 617/2023/R/eel e relativo Allegato B (TIQC); per il servizio gas, deliberazione 569/2019/R/gas e relativo Allegato A (RQDG).

tetto massimo di 300 euro. Le associazioni degli operatori ritengono invece sufficiente un adeguamento all'inflazione, segnalando anche che importi eccessivi potrebbero indurre alcuni operatori a fornire risposte non soddisfacenti pur di rispettare lo standard ed evitare l'indennizzo; e ritengono anche necessaria una maggiore responsabilizzazione dei distributori nella trasmissione di dati tecnici.

Orientamenti

- 5.16 L'attuale importo base dell'indennizzo, pari a 25 euro, è stato determinato nel 2016 e applicato dal 2017. La rivalutazione monetaria in base ai parametri ISTAT (Indice dei prezzi al consumo per famiglie operai e impiegati³²) restituisce un valore attualizzato ad aprile 2025 di poco superiore a 30 euro.
- 5.17 Come noto, tale indennizzo non costituisce un risarcimento per il danno, quanto un incentivo per le imprese a un corretto servizio di assistenza nell'interesse del cliente finale e un riconoscimento al cliente per il disagio subito.
- 5.18 Nell'aggiornare il valore base degli indennizzi previsti dal TIQV l'Autorità intende pertanto tenere conto delle dinamiche di rivalutazione monetaria, in modo da riallineare tale valore alle condizioni reali stabilite alla prima entrata in vigore della regolazione, determinando un valore aggiornato dell'indennizzo base dovuto dai venditori pari a 30 euro, confermando l'attuale meccanismo di incremento in relazione all'entità del ritardo.

Q12. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di valore dell'indennizzo automatico? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

- 5.19 L'Autorità intende, infine, aggiornare la previsione secondo la quale l'indennizzo non deve essere corrisposto se il cliente ha già ricevuto in corso d'anno un indennizzo per violazione del medesimo standard. Riguardo al ritardo nella risposta a un reclamo, l'Autorità riconosce l'esigenza di misure che contrastino eventuali comportamenti opportunistici da parte dei clienti, ma ritiene che questa esigenza possa essere riscontrata in modo più mirato ed equo prevedendo che l'indennizzo non sia corrisposto se il cliente ha già ricevuto nei dodici mesi precedenti un indennizzo per un reclamo relativo allo stesso argomento e sub-argomento. Si ritiene invece che per i casi di ritardo nel rimborso per errori in bolletta o per doppia bolletta l'indennizzo debba essere sempre corrisposto, in quanto sia l'errore riscontrato nella fatturazione, sia i tempi per il rimborso non comportano un ruolo attivo del cliente al fine di ottenere vantaggi ingiustificati.

Q13. Si condivide l'orientamento di modificare come sopra descritto la previsione che regola il numero massimo di indennizzi riconosciuti al cliente nell'arco di dodici mesi? in caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

³² ISTAT rende disponibile uno strumento di calcolo all'URL <https://rivaluta.istat.it>.

Indicatori e standard di qualità dei servizi telefonici

5.20 In relazione alle prestazioni di qualità dei servizi telefonici, la *Tabella 4.2* riassume il sistema di indicatori e standard generali attualmente in vigore.

Tabella 4.2 - Indicatori e standard generali di qualità dei call center

Indicatore	Oggetto	Standard
Accessibilità al servizio (AS)	Rapporto tra il tempo in cui almeno una delle linee è libera e il tempo di apertura del call center con presenza di operatori	$\geq 95\%$
Tempo medio di attesa (TMA)	Tempo tra l'inizio della risposta, anche tramite risponditore automatico, e l'inizio della conversazione con l'operatore o la chiusura della chiamata in attesa dell'operatore	≤ 180 secondi
Livello di servizio (LS)	Rapporto tra chiamate di clienti che hanno parlato con operatore e chiamate con richiesta di parlare con un operatore o reindirizzate all'operatore dai sistemi automatici	$\geq 85\%$

5.21 La rilevazione delle prestazioni effettivamente erogate dal call center è effettuata dal venditore su base mensile; lo standard è rispettato su base semestrale se i valori mensili risultano uguali o migliori dello standard generale in almeno cinque mesi su sei.

5.22 In base ai dati relativi alla qualità dei servizi telefonici per l'anno 2023³³ comunicati all'Autorità dalle imprese che servono più di 50 000 clienti, emerge che la quasi totalità delle imprese si è attestata in entrambi i semestri su livelli di servizio migliori rispetto a quello richiesto dallo standard generale e che la maggior parte dei clienti è riuscita a parlare con un operatore senza dover richiamare e con tempi medi di attesa inferiori ai 180 secondi previsti dallo standard generale.

Orientamenti

5.23 L'attuale regolazione della qualità dei servizi telefonici assicura ai venditori ampia discrezionalità sulle scelte organizzative dei servizi stessi, in modo che ciascun operatore possa modularli in funzione delle esigenze dei propri clienti, nel rispetto degli obblighi minimi e degli standard generali. L'Autorità intende confermare gli attuali indicatori di qualità dei servizi telefonici e gli attuali standard generali, ritenendoli adeguati, e l'orientamento per cui i miglioramenti del servizio rispetto al livello minimo previsto dalla regolazione rientrano tra gli elementi sui quali si gioca la competizione fra gli operatori.

Q14. Si condivide l'orientamento di confermare gli attuali indicatori e standard di qualità dei servizi telefonici? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

Operatori virtuali

5.24 Lo sviluppo tecnologico ha reso disponibili, anche per i servizi di assistenza ai clienti, applicazioni dotate di intelligenza artificiale che, grazie alla capacità di elaborazione del

³³ ARERA, Relazione annuale sullo stato dei servizi e sull'attività svolta, Volume 2, anno 2024.

linguaggio umano, sono in grado di comprendere il significato e il contesto del messaggio dell'interlocutore e di generare risposte o azioni consequenziali³⁴. L'impiego di queste tecnologie nell'assistenza ai clienti offre diversi vantaggi, tra cui disponibilità nell'arco dell'intera giornata e tempi di risposta molto rapidi. Anche se la capacità degli operatori virtuali di rispondere in modo soddisfacente non copre necessariamente le richieste più complesse, il loro impiego consente comunque di liberare gli operatori umani per la gestione dei casi più complessi.

- 5.25 In esito al focus group preliminare, i rappresentanti dei consumatori chiedono di garantire sempre la disponibilità di un operatore umano; dal canto loro, alcune associazioni degli operatori chiedono che la risposta dell'operatore virtuale sia assimilata a quella dell'operatore umano ai fini del calcolo del tempo medio di attesa e del livello di servizio e che sia possibile inserire, almeno al secondo livello dell'albero fonico, un assistente virtuale in alternativa all'operatore umano, con la garanzia del trasferimento all'operatore umano qualora quello virtuale non sia in grado di soddisfare l'esigenza del chiamante.

Orientamenti

- 5.26 Considerando i vantaggi che possono derivare dall'impiego di operatori virtuali nell'assistenza ai clienti, l'Autorità ritiene che l'aggiornamento della regolazione dei servizi di assistenza telefonica debba prevedere che:
- sia sempre garantita la possibilità di parlare con un operatore umano, confermando che la relativa opzione si trovi almeno al secondo livello dell'albero fonico;
 - il cliente sia sempre avvertito in anticipo se la scelta di un'opzione, a qualsiasi livello dell'albero fonico, comporta il trasferimento della chiamata a un operatore virtuale;
 - durante la conversazione con un operatore virtuale, il cliente possa in qualunque momento chiedere di parlare con un operatore umano;
 - la chiamata sia automaticamente trasferita a un operatore umano se l'operatore virtuale non è in grado di comprendere o soddisfare la richiesta del cliente, o su richiesta del cliente stesso.
- 5.27 Riguardo al tempo medio di attesa, poiché l'intervento dell'operatore virtuale potrebbe non essere risolutivo, si ritiene opportuno prevedere che il tempo sia calcolato fino al momento della risposta da parte dell'operatore associato all'opzione scelta dal cliente (umano o virtuale); ma che in caso di chiamata gestita dall'operatore virtuale reindirizzata all'operatore umano, per richiesta del cliente o perché l'operatore virtuale non è in grado di comprendere o gestire la richiesta del cliente, il tempo di attesa sia calcolato fino al momento della risposta dell'operatore umano.
- 5.28 Inoltre, poiché la risposta dell'operatore virtuale dovrebbe normalmente comportare tempi di attesa minimi, il livello di servizio (LS) dovrebbe essere calcolato come il rapporto fra il numero di clienti che hanno effettivamente parlato con un operatore umano e il numero di chiamate di clienti che hanno chiesto di parlare con un operatore umano (anche nel corso di una chiamata gestita dall'operatore virtuale), o che sono state reindirizzate automaticamente all'operatore umano per impossibilità di gestire o soddisfare la richiesta del cliente da parte dell'operatore virtuale.

³⁴ Le capacità di apprendimento e di generazione distinguono queste tecnologie da quelle che si basano su una serie di istruzioni e risposte predefinite, come risponditori automatici o chatbot.

Q15. Si condividono gli orientamenti sopra esposti riguardo agli obblighi di servizio e il calcolo degli indicatori "tempo medio di attesa" e "livello di servizio" in caso di impiego di operatori virtuali? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

6. Indicatori di performance

- 6.1 Con la deliberazione 623/2018/R/com, l'Autorità ha introdotto nel TIQV quattro indicatori relativi alle performance dei venditori nella gestione dei reclami e delle richieste di informazioni ricevute dai propri clienti, ai fini della loro pubblicazione, anche comparativa, a beneficio dei clienti: si tratta degli indicatori di reclusività (IRC), di richieste di informazioni (IINFO), di capacità di risposta ai reclami (ICRC) e di capacità di risposta alle richieste di informazione (ICINFO).
- 6.2 Gli indicatori IRC e IINFO rappresentano la quantità, rispettivamente, di reclami e di richieste di informazioni ricevute dall'impresa in rapporto al numero di clienti serviti. Il valore di questi indicatori si ottiene calcolando, per ogni mese dell'anno di riferimento, il rapporto tra il numero di reclami, o richieste di informazioni, ricevuti nel mese e il numero di clienti serviti all'ultimo giorno del mese stesso; il valore annuale si ottiene calcolando, e moltiplicando per 100, la media dei valori mensili così ottenuti.
- 6.3 Gli indicatori ICRC e ICINFO rappresentano invece il grado di rispetto dello standard e, seppure indirettamente, la tempestività delle imprese nel rispondere a reclami e richieste di informazioni. Il loro valore è calcolato, rispettivamente, come rapporto percentuale tra il numero di risposte fornite entro il tempo standard e il numero complessivo di reclami, o richieste di informazioni, ricevute nello stesso periodo.
- 6.4 Tutti gli indicatori di performance sono riferiti ai soli clienti alimentati in bassa tensione o bassa pressione del mercato libero. Il calcolo degli indicatori IINFO e ICINFO relativi alle richieste di informazioni è stato previsto dalla stessa deliberazione 623/2018/R/com per i soli anni dal 2017 al 2020 e non è stato confermato per gli anni successivi.
- 6.5 I dati necessari per il calcolo degli indicatori di performance, articolati su base mensile e per ciascuna tipologia di cliente e di fornitura, vengono comunicati ogni anno dalle imprese all'Autorità nell'ambito della raccolta dati di qualità commerciale, trattata più diffusamente al capitolo 8. Nell'ambito di questa raccolta, le imprese devono comunicare all'Autorità anche i dati relativi alle rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione e, per ognuna delle prestazioni soggette a standard, il tempo effettivo medio di risposta o di rettifica, calcolato sulla base dei tempi effettivi di tutte le rispettive prestazioni.

Indicatore relativo alla quantità di reclami ricevuti

- 6.6 La disponibilità di un indicatore capace di rappresentare la quantità di reclami ricevuti dal venditore può essere considerata utile per i clienti che desiderino disporre di un elemento di valutazione, seppure indiretta, della qualità complessiva dei rapporti fra l'impresa e i propri clienti: un numero esiguo di reclami può infatti rispecchiare una

migliore accuratezza e qualità delle prestazioni fornite, o una migliore capacità di offrire ai propri clienti informazioni, dati e chiarimenti riguardo ai diversi aspetti della fornitura e quindi di prevenire dubbi o contestazioni.

- 6.7 Questo tipo di indicatore dovrebbe, da un lato, rappresentare in modo corretto e imparziale il fenomeno sottostante e, dall'altro, essere facilmente compreso e interpretato dai clienti ai quali si rivolge. L'Autorità ritiene che, nella sua forma attuale, l'indicatore IRC risponda in modo soddisfacente alla prima delle caratteristiche richiamate, ma sia migliorabile riguardo alla capacità di essere facilmente compreso e interpretato.
- 6.8 In esito al focus group preliminare, i partecipanti hanno espresso una generale condivisione riguardo alla semplificazione degli attuali indicatori ai fini di una maggiore comprensibilità e fruibilità da parte dei clienti.

Orientamenti

- 6.9 In termini di comprensibilità, un primo elemento che si ritiene migliorabile è dato dalla consistenza del valore numerico che l'indicatore assume in conseguenza dell'algoritmo di calcolo, valore che per IRC si presenta come numero decimale in cui le prime cifre significative si trovano nell'ordine dei centesimi o dei millesimi³⁵.
- 6.10 Un secondo elemento che si ritiene migliorabile in termini di comprensibilità è quello della denominazione stessa dell'indicatore, sia nella sua versione formale di "indicatore di reclusività", sia nelle possibili versioni informali che ne possono derivare, come per esempio "rapporto percentuale fra reclami ricevuti e clienti serviti".
- 6.11 In tal senso, l'Autorità ritiene che l'attuale indicatore relativo alla quantità di reclami ricevuti possa essere migliorato prevedendo, da un lato, che nell'algoritmo di calcolo sia superata la frammentazione su base mensile dei dati utilizzati per ottenere il valore annuo e, dall'altro, che sia superata la sua rappresentazione in termini percentuali, prevedendo invece che l'indicatore esprima il numero di reclami ricevuti ogni mille clienti³⁶ e sia calcolato come il rapporto, moltiplicato per mille, fra il numero complessivo di reclami ricevuti dall'impresa nell'anno di riferimento e il numero di clienti mediamente serviti dall'impresa stessa nell'arco dello stesso anno³⁷.
- 6.12 Per una migliore comprensibilità, il valore dell'indicatore così ottenuto dovrebbe essere comunicato applicando un arrotondamento con criterio commerciale al numero intero, prevedendo, per i casi in cui il valore dell'indicatore risulti inferiore all'unità, che il valore stesso sia indicato come inferiore a uno³⁸.

³⁵ In sede di calcolo, infatti, il rapporto fra il numero di reclami ricevuti su base mensile e il numero complessivo di clienti serviti dall'impresa restituisce normalmente valori molto piccoli e talvolta pari a zero, e la successiva elaborazione in termini di percentuale annua, basata sul calcolo della media degli indicatori mensili, non consente di raggiungere l'ordine dei numeri interi.

³⁶ Di fatto, l'indicatore proposto riprodurrebbe il valore dell'indicatore attuale moltiplicato per un fattore 120, al netto di piccoli scostamenti dovuti alla distribuzione più o meno uniforme dei reclami e dei clienti serviti nei diversi mesi dell'anno.

³⁷ Il numero di clienti mediamente serviti dall'impresa nell'arco dell'anno sarebbe calcolato in base al numero di clienti serviti alla fine di ogni mese.

³⁸ A titolo di esempio, per effetto dell'intervento prefigurato, un'impresa che dovesse oggi comunicare un indice di reclusività pari a 0,151 dichiarerebbe di aver ricevuto 18 reclami ogni mille clienti; per un indice di reclusività pari a 0,027 dichiarerebbe di aver ricevuto 3 reclami ogni mille clienti e per un indice di reclusività pari a 0,006 dichiarerebbe di aver ricevuto meno di un reclamo ogni mille clienti.

- 6.13 L'Autorità intende infine prevedere che l'indicatore sia calcolato per ogni categoria contrattuale, senza prevedere una differenziazione in base al servizio (elettrico o gas), al fine di incentivare ulteriormente il venditore a ridurre tali tempistiche e favorire la convergenza tra le prestazioni dei due settori.

Q16. Si condividono gli orientamenti sopra esposti riguardo alla ridefinizione dell'indicatore di performance relativo ai reclami ricevuti? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Indicatore relativo alla rapidità delle risposte

- 6.14 La disponibilità di un indicatore in grado di rappresentare la tempestività dell'impresa nel rispondere ai reclami consente di valutare, seppure indirettamente, l'efficienza del servizio di assistenza, anche al verificarsi di circostanze sfavorevoli che abbiano fatto insorgere un reclamo. In questo senso, l'indicatore ICRC attualmente previsto dal TIQV, che rappresenta il grado di rispetto da parte delle imprese del tempo standard, fornisce solo un'indicazione indiretta e parziale della performance effettiva degli operatori.
- 6.15 Un'associazione di consumatori, nell'ambito del focus group preliminare, ha apprezzato l'ipotesi di adottare il tempo medio di risposta, ritenendolo per il cliente più comprensibile e intuitivo rispetto a un valore percentuale che potrebbe attestarsi su valori simili per diversi operatori senza fornire adeguate differenziazioni.

Orientamenti

- 6.16 L'Autorità ritiene opportuno sostituire l'attuale indicatore ICRC con un indicatore di rapidità della risposta, misurato in giorni solari e calcolato come il tempo effettivo medio di risposta ai reclami già previsto al comma 36.2, secondo capoverso, lettera a) dello stesso TIQV. L'indicatore, non differenziato per servizio (elettrico o gas), sarebbe calcolato per le risposte ai reclami fornite nell'anno di riferimento³⁹ per ogni categoria contrattuale, includendo nel calcolo i tempi effettivi registrati sia per le risposte fornite entro il tempo standard, sia per quelle fornite in ritardo, con l'esclusione dei soli casi di ritardo dovuti a cause non imputabili al venditore stesso.
- 6.17 L'indicatore di rapidità della risposta così calcolato e reso disponibile contestualmente al tempo massimo ammesso dalla regolazione, sarebbe più idoneo, rispetto all'attuale ICRC, a rappresentare anche in termini distintivi la reale performance realizzata dalle imprese e il loro posizionamento rispetto a un valore massimo di riferimento⁴⁰.
- 6.18 Dato che il TIQV prevede già oggi la comunicazione all'Autorità del tempo effettivo medio, la soluzione qui prefigurata non comporterebbe eccessivi oneri aggiuntivi a

³⁹ Le risposte incluse nel calcolo potranno quindi riguardare reclami ricevuti in un periodo precedente; si veda anche il successivo capitolo 8.

⁴⁰ Si considerino per esempio due imprese, A e B, dove A risponde a tutti i reclami in 10 giorni e B in 29 giorni: entrambe otterrebbero il valore massimo dell'indicatore ICRC, mentre l'indicazione del tempo medio coglierebbe la sensibile differenza tra le due performance e fra la performance di A e il tempo standard. Ancora, se A rispondesse a tutti i reclami in 29 giorni e B in 31 giorni, la prima otterrebbe il valore massimo dell'indicatore ICRC e la seconda un valore pari a zero, mentre l'indicazione del tempo medio effettivo coglierebbe il posizionamento ravvicinato delle due performance.

carico delle imprese, anche con riferimento agli obblighi di comunicazione dei dati di qualità commerciale, rispetto alla situazione attuale.

- 6.19 Quanto sopra previsto con riferimento al tempo medio di risposta ai reclami sarebbe inoltre esteso anche al tempo medio di risposta alle richieste di informazioni, al tempo medio di rimborso per errori in bolletta e al tempo medio di rimborso di doppia bolletta.

Q17. Si condivide l'orientamento di sostituire l'indicatore della capacità di risposta ai reclami ICRC, attualmente previsto dal TIQV, con l'indicatore di rapidità della risposta sopra descritto? In caso contrario, per quali motivi? Quale soluzione alternativa sarebbe preferibile e per quali motivi?

7. Registrazione dei dati

- 7.1 La *Parte IV*, titolo I, del TIQV impone ai venditori l'obbligo di registrare i dati e le informazioni che assicurano il tracciamento e la verificabilità delle fasi di gestione delle prestazioni sottoposte a standard, dalla fase iniziale di impulso da parte del cliente fino all'eventuale corresponsione di un indennizzo.
- 7.2 In particolare, per ogni richiesta di prestazione soggetta a standard il venditore deve registrare, oltre agli elementi identificativi del cliente, la tipologia di cliente e di fornitura, il codice POD o PdR identificativo del punto di prelievo o di riconsegna, le date delle fasi rilevanti del processo di gestione della pratica⁴¹, la causa dell'eventuale mancato rispetto dello standard applicabile e l'ammontare dell'eventuale indennizzo corrisposto al cliente. Per i reclami scritti e le richieste scritte di informazioni deve essere inoltre registrata la classificazione per argomento e sub-argomento attribuita dal venditore in conformità a quanto indicato dalla tabella 5 del TIQV, che elenca nove diversi argomenti articolati in trentasei sub-argomenti.
- 7.3 La *parte III*, Titolo III del TIQV impone inoltre ai venditori l'obbligo di registrare dati e informazioni relativi alle diverse fasi di gestione delle chiamate al call center e la verificabilità degli indicatori tempo medio di attesa e livello di servizio⁴². In particolare, devono essere registrati data e ora di inizio della chiamata, l'eventuale richiesta di parlare con un operatore, l'esito della richiesta e l'istante in cui inizia la conversazione con l'operatore (o, se precedente, l'istante in cui termina la chiamata).
- 7.4 In esito al focus group preliminare, un'associazione di consumatori e tre associazioni degli operatori hanno condiviso l'opportunità di semplificare i criteri di classificazione delle prestazioni soggette a standard, che comporterebbe una riduzione degli oneri sostenuti dalle imprese per la successiva comunicazione dei dati all'Autorità.

⁴¹ Date di ingresso della comunicazione del cliente, dell'eventuale richiesta di dati tecnici al distributore, di ricevimento dei dati stessi, e del completamento della prestazione.

⁴² Sugli indicatori di qualità dei servizi di assistenza telefonica ai clienti si veda sopra, capitolo 5.

Classificazione di reclami, richieste e rettifiche

7.5 Per ognuna delle prestazioni di qualità commerciale sottoposte a standard, il venditore deve registrare le caratteristiche del cliente da cui proviene la richiesta, classificandolo in base a una griglia di nove tipologie di cliente⁴³ e quattro tipologie di fornitura⁴⁴, che comportano quindici possibili combinazioni, riepilogate nella *tabella 7.1*.

Tabella 7.1: Attuale classificazione per tipologia di cliente/fornitura di reclami, richieste e rettifiche

Tipologia di cliente	Tipologia di fornitura
cliente BT domestico	mercato libero
	servizio di maggior tutela
	servizio a tutele graduali
cliente BT non domestico	mercato libero
	servizio a tutele graduali (microimprese)
cliente MT	mercato libero
	tutela
cliente BP domestico	mercato libero
	servizio di tutela della vulnerabilità
cliente BP condominio con uso domestico	mercato libero
cliente BP attività di servizio pubblico	mercato libero
cliente BP non domestico	mercato libero
cliente con unico contratto elettricità + gas (<i>dual fuel</i>)	
cliente multisito elettricità	
cliente multisito gas	

7.6 L'Autorità ritiene che l'attuale griglia di classificazione possa essere semplificata e razionalizzata, pur conservando una granularità sufficiente a consentire un valido monitoraggio dello stato dei servizi. Va subito notato che una prima semplificazione si produrrebbe in esito alla ridefinizione dell'ambito di applicazione del TIQV come prefigurata nel capitolo 2, che comporterebbe il venir meno delle tipologie che fanno capo ai clienti del servizio elettrico alimentati in media tensione.

7.7 L'Autorità ritiene che l'attuale criterio di classificazione per tipologia di cliente possa essere razionalizzato, facendo riferimento alle principali categorie contrattuali già definite nella regolazione dei servizi di ultima istanza. La nuova classificazione comprenderebbe quindi le seguenti categorie:

- clienti domestici serviti in vulnerabilità⁴⁵;
- clienti domestici serviti in ultima istanza⁴⁶;
- clienti domestici serviti nel mercato libero;

⁴³ Cliente di energia elettrica in bassa tensione (BT) domestico; cliente di energia elettrica in bassa tensione (BT) non domestico; cliente di energia elettrica in media tensione (MT); cliente di gas naturale in bassa pressione, domestico; condominio con uso domestico in bassa pressione; attività di servizio pubblico in bassa pressione; cliente di gas naturale in bassa pressione, per usi diversi; clienti di energia elettrica (BT domestico, BT non domestico o MT) e di gas naturale (BP) con unico contratto (*dual fuel*); cliente multisito.

⁴⁴ Clienti in regimi di tutela; clienti del servizio a tutele graduali per i clienti domestici non vulnerabili; clienti del mercato libero; clienti del servizio a tutele graduali per le microimprese.

⁴⁵ Per il servizio elettrico si intende il servizio di maggior tutela, fino all'attivazione del servizio di vulnerabilità.

⁴⁶ Servizio elettrico a tutele graduali o fornitura gas di ultima istanza.

- clienti non domestici serviti in ultima istanza⁴⁷;
 - clienti non domestici serviti nel mercato libero.
- 7.8 In relazione alla categoria dei clienti multisito⁴⁸ (elettricità o gas), l'Autorità ritiene opportuno superare la classificazione separata delle relative prestazioni, considerando da un lato che la regolazione del TIQV, e in particolare il sistema di indicatori, standard e indennizzi, non prevede differenziazioni in base al numero di punti di prelievo o di riconsegna cui si riferiscono le prestazioni e, dall'altro che la titolarità di più punti non fornisce informazione sul numero di punti effettivamente coinvolti nella prestazione.
- 7.9 Riguardo, infine, alla classificazione dei reclami in base al servizio, l'Autorità ritiene opportuno superare l'attuale definizione della categoria dual fuel⁴⁹. Si ritiene infatti preferibile, ai fini del monitoraggio, che anche in presenza di un unico contratto per la fornitura di energia elettrica e di gas le prestazioni siano attribuite al servizio al quale effettivamente si riferiscono in tutti i casi in cui ciò sia possibile (per esempio, il rimborso per errore in bolletta relativo a uno solo dei due servizi), prevedendo che siano classificate in una diversa categoria, denominata *aspetti comuni*, unicamente le prestazioni che non possono essere attribuite a uno solo dei due servizi (per esempio, il reclamo relativo alla periodicità di fatturazione, in caso di bolletta unificata).
- 7.10 Alla luce delle precedenti considerazioni, la classificazione delle prestazioni soggette a standard ai fini della registrazione risulterebbe articolata in dodici opzioni, rappresentate schematicamente dalle celle vuote nella Tabella 7.2.

Tabella 7.2 - Nuova classificazione delle prestazioni soggette a standard.

Categoria contrattuale	Servizio		
	Elettrico	Gas	Aspetti comuni
Cliente domestico in vulnerabilità			non applicabile
Cliente domestico in ultima istanza			non applicabile
Cliente domestico del mercato libero			
Cliente non domestico in ultima istanza			non applicabile
Cliente non domestico del mercato libero			

- 7.11 L'Autorità intende confermare i restanti obblighi di registrazione di dati attualmente previsti dal TIQV.

Q18. Si condividono gli orientamenti sopra descritti per la revisione dei criteri di classificazione di reclami, richieste di informazioni e rettifiche? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e per quali motivi?

Dati relativi ai servizi telefonici

- 7.12 Il Titolo III della *parte III* definisce gli obblighi di registrazione dei dati necessari per il calcolo dei livelli effettivi raggiunti dagli indicatori (data e istante di inizio della

⁴⁷ Servizio elettrico a tutele graduali per microimprese o per piccole imprese.

⁴⁸ Definito dall'articolo 1 del TIQV come un cliente che ha stipulato un contratto per la fornitura di energia elettrica o di gas in più punti di prelievo o di riconsegna.

⁴⁹ Definito dall'articolo 1 del TIQV come cliente con un unico contratto per la fornitura elettrica e gas.

chiamata, eventuale richiesta di parlare con un operatore, inizio della conversazione con l'operatore o della fine della chiamata durante l'attesa, esito della chiamata) e gli obblighi di comunicazione all'Autorità di dati e informazioni relativi ai livelli qualitativi effettivamente erogati.

- 7.13 In particolare, gli obblighi di comunicazione si riferiscono alle sole imprese che servono complessivamente più di 50 000 clienti e comprendono, oltre ai dati relativi ai livelli effettivi raggiunti per gli indicatori di qualità, anche informazioni relative alla facilità di navigazione nell'albero fonico, alla disponibilità di servizi per la gestione delle code di chiamate e informazioni facoltative sulla disponibilità di canali di contatto ulteriori rispetto a quello telefonico.

Orientamenti

- 7.14 L'Autorità intende confermare gli attuali obblighi di registrazione, prevedendo che siano estesi a tutti i venditori dotati, obbligatoriamente o volontariamente, di call center, indipendentemente dalle loro dimensioni e in coerenza con quanto previsto al paragrafo *Canale telefonico* del capitolo 3.

Q19. Si condivide l'orientamento di estendere gli attuali obblighi di registrazione a tutti i venditori dotati di call center? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

8. Comunicazione dei dati

- 8.1 Il TIQV impone ai venditori l'obbligo di comunicare periodicamente all'Autorità una serie di dati e informazioni, tra i quali i dati soggetti a obbligo di registrazione relativi alle prestazioni di qualità commerciale soggette a standard e, limitatamente alle imprese che servono più di 50.000 clienti in bassa tensione e/o in bassa pressione, i dati relativi ai servizi telefonici. I dati comunicati all'Autorità sono elaborati per calcolare gli indicatori di performance delle imprese di vendita (capitolo 6) e sono destinati alla pubblicazione a beneficio dei clienti, sia da parte degli stessi venditori sia da parte della stessa Autorità (capitolo 9).
- 8.2 I dati vengono trasmessi dalle imprese all'Autorità in occasione di apposite raccolte, che si svolgono con cadenza annuale per i dati della qualità commerciale⁵⁰ e con cadenza semestrale per la qualità dei servizi telefonici⁵¹. La raccolta dati di qualità commerciale è associata alla raccolta relativa al monitoraggio di contratti e attivazioni contestati di cui al TIRV⁵², che non rientra nell'ambito di questo procedimento e che quindi non sarà oggetto di interventi nel provvedimento finale.
- 8.3 L'Autorità ritiene che sia possibile e opportuno prevedere un efficientamento del processo di raccolta dei dati, con un intervento di razionalizzazione e semplificazione che consenta di ridurre gli oneri sostenuti dalle imprese e che garantisca al contempo

⁵⁰ Determinazione DACU/MCV/7/2017 e relativi allegati A e B.

⁵¹ Determinazione 3/DCCA/2015 e relativo allegato A.

⁵² Deliberazione 228/2017/R/com, Allegato A.

all'Autorità di disporre di una base dati adeguata ai fini del monitoraggio e della pubblicazione di dati e informazioni a beneficio dei clienti.

- 8.4 Nell'ambito del focus group preliminare, alcune associazioni degli operatori hanno sottolineato che la riduzione degli oneri sostenuti dalle imprese per la comunicazione dei dati all'Autorità consentirebbe di liberare risorse normalmente impiegate per le attività di gestione dei reclami, aumentandone l'efficienza.

Raccolta dei dati sulla qualità dei servizi telefonici

- 8.5 Come sopra richiamato, la raccolta dei dati relativi alla qualità dei servizi telefonici, ai sensi dell'articolo 30 del TIQV, si svolge con una frequenza semestrale, con l'obbligo per i venditori di comunicare i relativi dati entro il 28 febbraio e il 30 settembre di ogni anno. La raccolta dei dati relativi alla qualità commerciale, ai sensi dell'articolo 36 del TIQV, ha invece una cadenza annuale, con l'obbligo per i venditori di comunicare i relativi dati entro il 28 febbraio di ogni anno.

Orientamenti

- 8.6 Ai fini di una semplificazione ed efficientamento, l'Autorità intende modificare la cadenza della raccolta call center, prevedendo che si svolga su base annuale, anziché semestrale. La nuova periodicità non comporterebbe una diminuzione dei livelli di tutela dei clienti e di monitoraggio, che verrebbero comunque garantiti, ma consentirebbe un efficientamento del processo e la riduzione dei relativi oneri.
- 8.7 Si intende invece confermare la limitazione degli obblighi di comunicazione all'Autorità alle sole imprese che servono più di 50 000 clienti, fermo restando che la stessa Autorità, in base ai poteri attribuiti dalla legge istitutiva, può comunque richiedere, anche alle imprese di dimensioni inferiori a tale soglia e dotate di call center, la trasmissione di dati e informazioni soggetti agli obblighi di registrazione.

Q20. Si condividono gli orientamenti in materia di raccolta dati di qualità dei call center sopra esposti? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Raccolta dei dati sulla qualità commerciale

- 8.8 Riguardo alla raccolta dei dati di qualità commerciale, la *Parte IV*, Titolo II, del TIQV prevede che i venditori comunichino annualmente all'Autorità i dati riferiti all'anno precedente, articolati per tipologia di cliente e tipologia di fornitura e riferiti a ciascun mese dell'anno, indicando:
- il numero di clienti serviti;
 - il numero di reclami e richieste di informazioni ricevuti nell'anno, articolati per ciascuno degli argomenti e sub-argomenti di cui alla tabella 5 del TIQV; per la stessa articolazione sono inoltre richiesti i dati relativi al rispetto degli standard (numero di pratiche rimaste senza risposta, di pratiche con risposta entro il tempo standard e di pratiche con risposta oltre il tempo standard suddivise in base alle cause del ritardo);

- il numero di rettifiche di fatturazione e doppia fatturazione eseguite nell'anno entro il tempo standard, eseguite oltre il tempo standard suddivise in base alle cause del ritardo e di rettifiche accertate, ma non ancora eseguite al momento della comunicazione dei dati.
- 8.9 Per tutte le prestazioni soggette a standard originate in corso d'anno, i venditori devono inoltre comunicare il tempo effettivo medio di risposta o rettifica, calcolato sulla base dei tempi effettivi di tutte le prestazioni; in relazione ai soli standard specifici, i venditori devono inoltre comunicare, con riferimento a ciascuna tipologia di cliente e tipologia di fornitura, il numero totale e l'ammontare complessivo degli indennizzi automatici corrisposti nell'arco dell'anno cui si riferisce la raccolta.

Orientamenti

- 8.10 Occorre anzitutto evidenziare che gli interventi di aggiornamento e razionalizzazione della classificazione di reclami e richieste di informazioni per categoria contrattuale e per servizio, di cui si è trattato nel precedente capitolo 7, che prevedono la riduzione delle combinazioni disponibili, comporterebbe una riduzione della quantità di dati da comunicare e dei relativi oneri in capo alle imprese.
- 8.11 L'Autorità ritiene, tuttavia, che sia possibile individuare ulteriori interventi di razionalizzazione, pur mantenendo la quantità e la granularità delle informazioni trasmesse a livelli adeguati alle finalità di monitoraggio e per l'elaborazione e pubblicazione di dati e informazioni a vantaggio dei clienti. In tal senso l'Autorità intende prevedere:
- che i dati relativi al numero di prestazioni soggette a standard e al rispetto o mancato rispetto degli standard stessi siano comunicati per ciascuna categoria di clienti solo nei valori complessivi annui e non più anche su base mensile;
 - che l'articolazione in base all'argomento e al sub-argomento dei reclami e delle richieste di informazioni ricevute da ciascuna categoria di clienti nell'anno di riferimento, sia comunicata esclusivamente nel valore complessivo annuo e non più anche su base mensile, senza indicare in questa sede informazioni relative al rispetto o al mancato rispetto dello standard;
- 8.12 Inoltre, per garantire che i dati trasmessi siano completi e significativi, si intende:
- confermare la comunicazione del numero complessivo di reclami e richieste di informazioni ricevute, o di rettifiche eseguite, nell'anno di riferimento della raccolta;
 - prevedere che le informazioni relative al rispetto del tempo standard riguardino tutte e solo le risposte fornite, e le rettifiche eseguite, nell'anno di riferimento (quindi, i dati non comprenderebbero più le risposte o le rettifiche originate nell'anno di riferimento ed eseguite nell'anno successivo, mentre comprenderebbero quelle eseguite in corso d'anno la cui origine risale a un periodo precedente);
 - prevedere che la comunicazione del tempo medio effettivo riguardi tutte e solo le prestazioni eseguite nell'anno di riferimento (comprese quelle la cui origine risale a un periodo precedente);
 - confermare che la comunicazione del numero e dell'ammontare complessivo degli indennizzi erogati riguardi tutti e solo gli indennizzi erogati nel corso dell'anno di riferimento (anche se originati da prestazioni eseguite in un periodo precedente);

- confermare la comunicazione del numero di reclami, richieste di informazioni e rettifiche ricevute o accertate nell'anno precedente a quello di riferimento e rimasti senza riscontro al termine dell'anno di riferimento.

8.13 In esito agli interventi sopra prefigurati, quindi, verrebbero raccolti i seguenti dati:

- per ognuna delle categorie contrattuali utilizzate in sede di registrazione dei dati, numero di clienti del servizio elettrico e del servizio gas al termine di ogni mese dell'anno, senza modifiche rispetto al passato, ai fini della determinazione del numero medio di clienti necessario per il calcolo dell'indicatore di performance relativo alla quantità dei reclami ricevuti e alla sua pubblicazione, anche nell'ambito del monitoraggio retail;
- per ognuna delle categorie contrattuali utilizzate in sede di registrazione dei dati, e per ciascuna prestazione soggetta a standard, dati su base annua relativi al numero complessivo di prestazioni, al rispetto degli standard e agli indennizzi corrisposti, suddiviso per servizio (elettrico, gas e aspetti comuni dove applicabile);
- per reclami e richieste di informazioni, e per ognuna delle categorie contrattuali utilizzate in sede di registrazione, dati su base annua relativi all'argomento e sub-argomento oggetto della comunicazione del cliente, suddivisi per servizio (elettrico, gas e aspetti comuni dove applicabile);
- per ognuna delle categorie contrattuali utilizzate in sede di registrazione, tempo medio effettivo complessivo (cioè non articolato in base al servizio di riferimento), calcolato su base annua, per le risposte ai reclami, le risposte a richieste di informazioni e le rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione.

Q21. Si condividono gli orientamenti sopra descritti relativi alla comunicazione dei dati di qualità commerciale? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

9. Pubblicazione dei dati

- 9.1 Il TIQV prevede che la pubblicazione di dati e informazioni relative alla qualità dei servizi di assistenza e dei canali di contatto telefonici avvenga, in forme diverse, ad opera delle imprese di vendita e della stessa Autorità.
- 9.2 Nei confronti dei venditori, il TIQV prevede, all'articolo 37, che questi, entro il 30 giugno di ogni anno, pubblichino sul proprio sito internet, per ogni categoria di clienti, le informazioni relative agli standard specifici e generali di qualità di propria competenza, al grado di rispetto degli standard stessi e agli indennizzi automatici previsti, riferite all'anno precedente. Il Codice di condotta commerciale prevede, inoltre, che gli stessi dati debbano essere inclusi tra le informazioni sulle offerte di mercato libero che le imprese devono fornire ai clienti nella fase precontrattuale (articolo 9), anche in allegato alla Scheda sintetica di cui all'Allegato 1 del Codice medesimo.
- 9.3 Riguardo all'Autorità, il TIQV prevede che i dati comunicati dalle imprese siano pubblicati nell'ambito dei rapporti annuali sulla qualità dei servizi telefonici (articolo 33) e sul trattamento dei reclami e la risoluzione delle controversie (articolo 39).

- 9.4 Il rapporto reclami contiene, tra l'altro, i dati relativi a reclami e richieste scritte di informazioni comunicati all'Autorità dai venditori e dai distributori, i risultati delle indagini di soddisfazione dei clienti, e gli indicatori di performance definiti dal TIQV (si veda il capitolo 6), riferiti alle singole imprese. Ai fini della pubblicazione comparativa, gli indicatori di reclusività IRC e di richieste di informazioni ICINFO di ogni venditore sono elencati in gruppi omogenei di performance e sono resi disponibili anche in fogli elettronici che consentono di modificare il criterio in cui i dati vengono ordinati e di ottenere quindi graduatorie di performance secondo diversi criteri.
- 9.5 Il rapporto sulla qualità dei servizi telefonici contiene informazioni individuali sul rispetto degli obblighi di servizio e degli standard comunicate dai venditori con più di 50 000 clienti in bassa tensione e/o in bassa pressione e sugli esiti delle indagini di soddisfazione svolte dalla stessa Autorità.

Orientamenti

- 9.6 L'Autorità ritiene opportuno rimodulare l'attuale regolazione per consentire ai clienti di reperire, valutare e confrontare con maggiore facilità le informazioni relative ai livelli di qualità commerciale delle imprese. In particolare, si ritiene che le informazioni relative alle singole imprese possano essere innanzitutto reperite presso le imprese stesse, con le quali il cliente entra direttamente in contatto sia nel corso del rapporto di fornitura, sia nella fase preliminare alla stipulazione del contratto o in occasione del confronto tra le diverse offerte. Per contro, si ritiene opportuno che l'Autorità renda disponibili dati aggregati che rappresentino lo stato dei servizi e le evoluzioni in atto e che promuova la comparabilità delle performance di qualità delle singole imprese in via prioritaria nell'ambito del Portale Offerte, prevedendo inoltre la possibilità di realizzare ulteriori strumenti informativi a vantaggio dei clienti che consentano a questi ultimi di valutare, anche con modalità interattive che consentano selezione comparativa, e accessibili da diversi dispositivi, i dati più significativi e gli indicatori di qualità dei diversi venditori, anche in relazione alla pubblicazione degli esiti delle indagini di soddisfazione (Capitolo 11).

Pubblicazione dei dati da parte dei venditori

- 9.7 Nel definire gli obblighi di pubblicazione dei dati di qualità da parte delle imprese, né il TIQV, né il Codice di condotta commerciale indicano in dettaglio quali informazioni devono essere pubblicate o trasmesse ai clienti, né le modalità con cui tali informazioni devono essere esposte e descritte per agevolare la comprensione e il confronto.
- 9.8 L'Autorità intende prevedere che i dati di qualità relativi ai clienti serviti nel mercato libero e in regime di vulnerabilità siano pubblicati dalle imprese nei propri siti internet, e aggiornati annualmente in seguito alla conclusione delle raccolte dati, in base a un formato di riferimento uniforme (Scheda qualità), con elementi grafici personalizzati dalle imprese, in cui gli standard previsti dalla regolazione e i livelli effettivi di qualità siano esposti in modo riconoscibile e confrontabile. Il formato di riferimento della Scheda qualità comprenderebbe:
- un'intestazione, con una breve introduzione ai contenuti della scheda, l'indicazione della categoria contrattuale interessata e il periodo a cui si riferiscono i dati;

- una tabella, dove sono indicati schematicamente gli standard specifici e generali previsti dal TIQV, o gli standard migliorativi o ulteriori adottati dall'impresa, gli indennizzi automatici e le performance di qualità; questi ultimi dati dovranno essere coerenti con quelli comunicati all'Autorità in occasione delle raccolte dati, in modo da consentire verifiche e controlli puntuali, anche a campione.

9.9 La *Figura 9.1* illustra, a puro titolo di esempio, una possibile soluzione per la rappresentazione schematica dei contenuti sopra indicati.

Figura 9.1 - Esempio di un possibile formato di riferimento per la pubblicazione dei dati di qualità

Qualità del servizio			
Clienti domestici del mercato libero - Anno 2026			
Questa tabella indica gli <i>standard</i> di qualità stabiliti da ARERA per i servizi di assistenza ai clienti di energia elettrica e gas, e il livello medio <i>effettivo</i> che [nome dell'impresa] ha registrato nel 2026.			
Standard con indennizzo Se si supera il tempo massimo, il cliente riceve un indennizzo di 30 euro	Il nostro tempo medio	Tempo medio Italia	Tempo massimo
Risposta scritta ai reclami	23 giorni	19 giorni	30 giorni
Rimborso per errori in bolletta	18 giorni	21 giorni	60 giorni (*)
Rimborso di doppia bolletta	25 giorni	23 giorni	15 giorni
Standard senza indennizzo Se si supera il tempo massimo, il cliente non riceve indennizzi	Il nostro tempo medio	Tempo medio Italia	Tempo massimo
Risposta scritte alle richieste di informazioni	14 giorni	13 giorni	30 giorni
Reclami ricevuti: 17 reclami ogni mille clienti			
(*) 90 giorni se la bolletta è emessa ogni quattro mesi			

9.10 Ai fini della pubblicazione sui siti internet, i dati di qualità commerciale relativi ai clienti del mercato libero dovranno essere pubblicati nella pagina in cui sono resi disponibili i documenti relativi a ciascuna offerta, in modo separato dagli altri documenti, mentre i dati relativi ai clienti serviti in vulnerabilità dovranno essere pubblicati nella pagina in cui è resa disponibile la modulistica necessaria per l'attivazione del servizio.

9.11 Il nuovo formato di riferimento della Scheda qualità dovrà inoltre essere utilizzato dalle imprese di vendita per fornire ai clienti, in occasione della proposta contrattuale e in ogni caso prima della conclusione del contratto, le informazioni in materia di qualità commerciale previste dall'articolo 9.1, lettera h, del Codice di condotta commerciale.

Q22. Si condividono gli orientamenti relativi alle modalità di pubblicazione dei dati di qualità da parte dei venditori? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Pubblicazione di dati da parte dell'Autorità

9.12 L'Autorità pubblica nell'ambito del Monitoraggio *retail*⁵³ i dati aggregati relativi al livello complessivo di rispetto degli standard di qualità commerciale e gli indicatori di

⁵³ Deliberazione ARG/com 151/11, Allegato A (TIMR).

- performance delle imprese, in forma anonima. La pubblicazione è limitata alle imprese di maggiori dimensioni alle quali si applicano gli obblighi del monitoraggio stesso.
- 9.13 L'Autorità pubblica, inoltre, all'interno della propria Relazione annuale sullo stato dei servizi e sull'attività svolta, i dati aggregati relativi alla qualità commerciale dei servizi di vendita e i livelli effettivi individuali della qualità dei servizi telefonici dei venditori che servono più di 50 000 clienti.
- 9.14 Per quanto riguarda i dati individuali, va innanzitutto considerato che nelle attuali condizioni di mercato il principale elemento che guida i clienti nella scelta del fornitore e delle offerte rimane tuttora il prezzo e che per questo l'Autorità, in attuazione dell'articolo 1, comma 61, della legge 124/2017, ha reso disponibile il Portale Offerte quale strumento in grado di elaborare graduatorie di tutte le offerte presenti sul mercato ordinate in base alla spesa annua stimata per il cliente.
- 9.15 In questo contesto, la pubblicazione di dati individuali sulle performance di qualità dei venditori deve avere anzitutto l'obiettivo di fornire ai clienti informazioni complementari al prezzo e alle condizioni di fornitura, ai fini di una valutazione più completa delle opzioni disponibili, nonché l'obiettivo di consentire ai clienti di cogliere adeguatamente e correttamente, in termini di rapporto qualità/prezzo, la differenziazione delle offerte e delle stesse imprese nel loro posizionamento sul mercato.
- 9.16 L'Autorità ritiene che i dati di qualità relativi alle performance nel mercato libero debbano essere reperibili anche attraverso il Portale Offerte, in seguito al completamento dei necessari sviluppi da parte del Gestore del Portale stesso, in modo da facilitarne la consultazione e il confronto a complemento delle informazioni già disponibili. L'accesso nel Portale Offerte ai dati individuali di performance nel formato della Scheda qualità predisposta dalle imprese o con soluzioni che ne garantiscano la migliore fruibilità, potrebbe essere posizionato all'interno del riquadro dell'offerta che compare nella lista dei risultati o, in alternativa, nella schermata che contiene i dettagli dell'offerta.
- 9.17 La pubblicazione da parte dell'Autorità dei dati aggregati relativi al livello complessivo di rispetto degli standard, nonché dei dati di qualità commerciale e degli indicatori di performance delle imprese di maggiori dimensioni, in forma anonima, proseguirebbe quindi con le modalità attualmente previste, in particolare nell'ambito del Monitoraggio retail.
- 9.18 L'Autorità intende comunque riservarsi la possibilità di pubblicare, anche mediante lo sviluppo di nuovi strumenti che consentano la consultazione comparativa con modalità interattive, e con accesso da diversi dispositivi, i dati più significativi e gli indicatori relativi ai venditori, in aggiunta alle pubblicazioni sopra menzionate.
- 9.19 Per l'applicazione dell'analisi di impatto della regolazione (AIR) a questo orientamento, e per la valutazione delle opzioni alternative considerate, per le quali è comunque possibile formulare osservazioni e suggerimenti, si rimanda all'Appendice.

Q23. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di pubblicazione dei dati da parte dell'Autorità? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

10. Verifica dei dati

- 10.1 La *parte V* del TIQV definisce la procedura di verifica dei dati di qualità commerciale registrati e comunicati dai venditori all'Autorità. Questa procedura prevede che, nel corso del sopralluogo ispettivo presso il venditore, venga controllato un campione di prestazioni, estratto in modo casuale dall'elenco di tutte le richieste dei clienti che hanno innescato la prestazione stessa. Attraverso il controllo del campione, in contraddittorio con il venditore, vengono individuate eventuali prestazioni non valide⁵⁴ o non conformi⁵⁵. A partire dalle prestazioni non valide e non conformi, mediante un modello statistico viene stimato il numero delle registrazioni non valide e il numero delle registrazioni non conformi.
- 10.2 La penalità complessiva eventualmente a carico dell'impresa viene calcolata in base alle registrazioni stimate non valide e non conformi, al netto delle franchigie. Il venditore può scegliere se accettare gli esiti del controllo statistico (pagando la penalità con una riduzione del 75%) o rifiutare, chiedendo in tal caso di essere sottoposto a un ulteriore controllo.
- 10.3 L'Autorità ritiene opportuno confermare la procedura semplificata di verifica dei dati, salvo gli aggiustamenti che dovessero rendersi necessari per garantirne la coerenza con gli interventi di aggiornamento disposti dal provvedimento finale, tenuto conto della recente consultazione sul tema e della successiva deliberazione 231/2022/R/com.

11. Indagini di soddisfazione

- 11.1 Il TIQV prevede che l'Autorità svolga annualmente un'indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai call center delle imprese di vendita (articolo 31) e un'indagine di soddisfazione dei clienti sulla qualità delle risposte ai reclami (articolo 38). Queste previsioni attuano, limitatamente ai particolari aspetti oggetto delle indagini, il disposto generale della legge istitutiva dell'Autorità, che include fra i compiti che le sono affidati quello di verificare periodicamente la qualità e l'efficacia delle prestazioni, acquisendo anche la valutazione dei clienti⁵⁶.
- 11.2 L'indagine annuale relativa ai call center coinvolge i soli venditori che hanno servito più di 50 000 clienti al termine dell'anno precedente; sono comunque esonerate le imprese che abbiano ricevuto, nell'anno di riferimento, un numero medio di chiamate telefoniche inferiore a 400/giorno, calcolato in relazione al numero dei giorni di apertura del call center. Anche l'indagine annuale sulla qualità delle risposte ai reclami coinvolge i soli venditori che hanno servito più di 50 000 clienti⁵⁷ al termine dell'anno precedente; per assicurare la rilevanza statistica dell'indagine i venditori coinvolti sono individuati con determina del competente Ufficio dell'Autorità sulla base del numero di reclami ricevuti al 31 dicembre dell'anno precedente.

⁵⁴ Assenza di documenti comprovanti la gestione del reclamo/richiesta, o assenza/diversità degli elementi di tracciabilità fra i diversi documenti.

⁵⁵ Violazione di alcuni criteri fra cui, per esempio, non corrispondenza fra i dati indicati nel reclamo e nell'elenco.

⁵⁶ Legge 14 novembre 1995 n. 481, articolo 2, comma 12, lettera n).

⁵⁷ La quota di mercato coperta dalle indagini reclami è stata dell'84% dei clienti per il 2022 e dell'85% per il 2023.

- 11.3 Entrambe le indagini sono effettuate attraverso la metodologia del *call-back*, intervistando, rispettivamente, i clienti che hanno effettivamente parlato con un operatore o i clienti che risultano destinatari di una risposta a un reclamo⁵⁸. I clienti da intervistare sono estratti da appositi elenchi, completi delle informazioni necessarie allo svolgimento della relativa indagine, che devono essere obbligatoriamente forniti dai venditori interessati alla società di ricerca incaricata dall'Autorità. La numerosità complessiva campionaria di base, stabilita dal capitolato d'appalto, viene ripartita tra le imprese partecipanti e stabilita all'inizio di ciascuna indagine in relazione al numero di imprese partecipanti e al numero di clienti serviti da ciascun venditore, con modalità tali da garantire una adeguata rappresentatività del campione di interviste⁵⁹.
- 11.4 Per ognuna delle indagini, in esito all'elaborazione dei dati e delle informazioni raccolte, viene determinato, per l'intera platea e per ogni venditore coinvolto, un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione ICS, una misura sintetica del livello complessivo di soddisfazione dei clienti. Il valore di ICS è calcolato per la platea degli intervistati e per ogni venditore coinvolto nell'indagine come media ponderata delle percentuali di clienti soddisfatti su fattori di qualità⁶⁰ sottoposti al giudizio degli intervistati, che hanno ritenuto il servizio adeguato o migliore rispetto alle attese.
- 11.5 Il TIQV prevede che gli esiti di entrambe le indagini siano pubblicati dall'Autorità nell'ambito, rispettivamente, di un rapporto annuale sulla qualità dei servizi telefonici (rapporto call center) e di un rapporto annuale sul trattamento dei reclami e la risoluzione delle controversie (rapporto reclami); in particolare, la deliberazione 623/2018/R/com prevede la pubblicazione in un'apposita sezione del rapporto reclami di una graduatoria in ordine di ICS reclami decrescente dei venditori coinvolti nell'indagine.
- 11.6 In esito al focus group, con riferimento al tema delle indagini demoscopiche, un'associazione di consumatori ritiene preferibile che la valutazione della soddisfazione dei clienti sia rilevata mediante elementi oggettivi, introducendo eventualmente nuovi indicatori di performance che potrebbero rispecchiare, per esempio, le richieste di attivazione di procedure conciliative; le associazioni degli operatori hanno invece segnalato l'opportunità di rinnovare e aggiornare le interviste somministrate e di ridurre al minimo il tempo che intercorre tra la risposta al reclamo e l'intervista per garantire la freschezza delle valutazioni raccolte.

⁵⁸ L'indagine è estesa anche alla qualità delle risposte a richieste di informazioni.

⁵⁹ Per maggiori dettagli si vedano le istruzioni operative relative alle indagini, approvate per l'anno 2024 con determina 11/2024/DICU (indagine call center) e con determina 9/2024/DICU (indagine reclami). Per l'indagine sulla qualità dei call center il numero di interviste complessivo è ripartito in base al numero dei clienti serviti e in base alle chiamate telefoniche ricevute nel periodo precedente, fermo restando il numero complessivo di 15mila interviste. Per l'indagine sulle risposte ai reclami scritti le 13mila interviste, sono ripartite in base al numero di clienti serviti e al numero di reclami trattati nel periodo precedente.

⁶⁰ Per l'indagine call center, i fattori di qualità considerati sono capacità di risolvere rapidamente il problema, tempo per trovare la linea libera, chiarezza delle risposte, cortesia operatore, semplicità di risposte automatiche, tempo di attesa per parlare con un operatore. Per l'indagine reclami, i fattori di qualità considerati sono chiarezza sui tempi in cui il problema verrà risolto, completezza delle indicazioni sui modi in cui verrà risolto il reclamo, motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o meno il reclamo, chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti, precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo, precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza, documentazione allegata, comprensibilità e la chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta.

Orientamenti

- 11.7 Le indagini di soddisfazione previste dal TIQV hanno l'obiettivo principale di consentire all'Autorità di monitorare l'evoluzione nel tempo della qualità e dell'efficacia delle prestazioni dei venditori, basata sulla rilevazione diretta della soddisfazione dei clienti. Inoltre, la previsione che l'Autorità pubblichi i relativi esiti e il valore degli indicatori di soddisfazione ICS (rilevati a livello complessivo e, limitatamente all'indicatore ICS reclami, per ciascuno dei venditori coinvolti), può essere ricondotta all'obiettivo di rendere disponibili ai clienti ulteriori elementi conoscitivi riguardo alla qualità dei servizi offerti.
- 11.8 L'Autorità ritiene che la rilevazione tramite le indagini demoscopiche della qualità percepita dai clienti e della loro soddisfazione costituisca un utile strumento di monitoraggio, soprattutto nell'attuale contesto di mercato liberalizzato e in considerazione della presenza di un numero molto elevato di venditori spesso di dimensioni molto ridotte.
- 11.9 Per questo motivo si ritiene opportuno prevedere, nell'ambito della revisione del TIQV, interventi di ottimizzazione e di rafforzamento degli strumenti di indagine attualmente esistenti. In particolare, si ritiene opportuno:
- confermare l'obbligo per i venditori interessati di fornire all'Autorità le informazioni e i dati necessari per lo svolgimento delle indagini demoscopiche;
 - ampliare la platea dei venditori interessati dall'indagine in modo che le indagini stesse possano consentire il monitoraggio della qualità offerta dai venditori, anche di dimensioni medie e piccole;
 - prevedere che le attuali indagini relative ai call center e ai reclami possano essere unificate in un'unica indagine annuale, in modo da razionalizzare e ottimizzare le relative attività, sfruttando anche la possibilità di raccogliere nell'ambito della medesima intervista la valutazione di aspetti diversi (per esempio, nel caso di clienti che prima di inviare un reclamo si siano rivolti ai canali telefonici di assistenza ai clienti);
 - rendere più flessibile il monitoraggio della soddisfazione dei clienti prevedendo che le indagini svolte dall'Autorità possano interessare, sia all'interno dell'indagine annuale, sia attivando ulteriori indagini specifiche, anche aspetti della qualità regolata dal TIQV ulteriori rispetto a quelli attualmente monitorati, individuati con determinazione del Direttore della Direzione Consumatori e Utenti dell'Autorità; nella menzionata determinazione saranno indicate le imprese obbligate e dettagliati gli obiettivi, i tempi, i criteri e la metodologia dell'indagine, i dati che dovranno essere resi disponibili all'Autorità dai venditori coinvolti ai fini dello svolgimento dell'indagine e le modalità di un'eventuale pubblicazione dei relativi esiti.
- 11.10 Riguardo alla pubblicazione degli esiti delle indagini demoscopiche, l'Autorità ritiene che, nell'attuale contesto di apertura del mercato, la pubblicazione in forma comparativa dell'indicatore sintetico di soddisfazione ICS, sia esso riferito all'indagine reclami o call center, riferito alle singole imprese possa contribuire a rafforzare la capacità dei clienti di valutare le diverse opportunità offerte dal mercato.
- 11.11 Di conseguenza, l'Autorità intende riservarsi anche in questo caso la possibilità di eventuali pubblicazioni, anche in forma comparativa, dell'indicatore sintetico di soddisfazione ICS riferito alle singole imprese.

Q24. Si condividono gli orientamenti sopra esposti volti a razionalizzare, rafforzare e rendere più flessibile l'attività di monitoraggio degli aspetti di qualità regolati dal TIQV mediante indagini demoscopiche? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

PIANO DELLE ATTIVITÀ ED ENTRATA IN VIGORE

In esito alla pubblicazione di questo documento per la consultazione si prevede la convocazione di uno o più focus group, il primo dei quali previsto entro la fine del corrente mese di maggio.

La durata del periodo di consultazione è prevista in circa quattro settimane decorrenti dalla pubblicazione di questo documento per la consultazione.

In esito alla pubblicazione del provvedimento finale, prevista entro il termine conclusivo del procedimento, la nuova disciplina si applicherebbe a decorrere dall'1 gennaio 2026 ad eccezione dei nuovi obblighi in materia di comunicazione dei dati all'Autorità e della relativa pubblicazione, che si applicherebbero a partire dai dati riferiti all'anno solare 2026.

Appendice - Valutazioni AIR

Il procedimento per la revisione e l'aggiornamento del TIQV è sottoposto all'applicazione dell'analisi di impatto della regolazione (AIR), anche con modalità semplificate, per gli aspetti più rilevanti, secondo quanto disposto dalla relativa deliberazione di avvio (deliberazione 548/2024/R/com).

La procedura AIR prevede, tra l'altro, che nel processo di consultazione sia data evidenza delle diverse opzioni di intervento prese in considerazione per perseguire gli obiettivi individuati⁶¹ (comprese le opzioni che non sono state proposte alla consultazione e, di norma, l'opzione zero ossia l'opzione di non intervento), delle valutazioni qualitative e della valutazione comparativa degli effetti attesi per i soggetti direttamente o indirettamente interessati, effettuate per ciascuna opzione.

Nel seguito di questa Appendice, che costituisce parte integrante del documento per la consultazione, viene data evidenza delle opzioni regolatorie considerate nell'analisi e delle relative valutazioni effettuate per i seguenti aspetti ritenuti di particolare rilevanza per i soggetti interessati:

1. *Ambito di applicazione;*
2. *Canali per l'invio di reclami;*
3. *Pubblicazione dei dati di qualità.*

Per la valutazione qualitativa delle diverse opzioni considerate, sono stati utilizzati di volta in volta i criteri ritenuti più significativi per il caso in questione, tra quelli descritti di seguito:

- *efficacia*: capacità di raggiungere gli obiettivi prefissati;
- *efficienza*: capacità di massimizzare il rapporto tra risultati ottenuti e risorse impiegate;
- *semplificazione*: capacità di evitare o minimizzare aggravii burocratici e amministrativi;
- *coerenza*: idoneità ad accrescere l'uniformità e omogeneità della regolazione.

Per la valutazione comparativa degli effetti attesi dalle diverse opzioni sono stati considerati quali soggetti interessati le imprese di vendita e i clienti.

Riguardo alle imprese di vendita, sono stati considerati gli effetti attesi in termini di:

- *oneri di implementazione*: oneri previsti per adeguare sistemi e processi alla nuova regolazione;
- *oneri a regime*: maggiori o minori oneri di gestione dei processi previsti dalla nuova regolazione.

Riguardo ai clienti, sono stati considerati di volta in volta gli effetti attesi in termini di:

- *tutela*: diffusione e rafforzamento delle garanzie;
- *semplificazione*: riduzione degli oneri per la fruizione di un servizio o la soluzione di un problema;
- *trasparenza*: capacità di una informazione o di un dato di essere facilmente compreso dal destinatario e accrescere la sua capacità di scelta.

Si rimanda ai precedenti capitoli per la consultazione per altri aspetti relativi ai contenuti minimi dell'AIR (per esempio per: il piano delle attività, il contesto normativo, gli obiettivi generali e specifici, gli orientamenti dell'Autorità).

Resta ferma la possibilità per i soggetti interessati di formulare osservazioni e proposte su tutte le opzioni regolatorie presentate, incluse quelle non espone nel documento per la consultazione

⁶¹ Si veda il capitolo 1, paragrafo 1.13.

1. Ambito di applicazione (rif: capitolo 2, paragrafo 2.1 e seguenti)

Opzioni regolatorie

- *opzione zero* - comporta la conferma dell'attuale regolazione; viene considerata come riferimento per valutare gli aspetti migliorativi o peggiorativi delle altre opzioni;
- *opzione uno* - comporta l'estensione del campo di applicazione del TIQV a tutti i clienti serviti in ultima istanza e l'esclusione dei clienti del servizio elettrico alimentati in media tensione;
- *opzione due* - comporta l'estensione del campo di applicazione del TIQV a tutti i clienti serviti in ultima istanza, mantenendo in tale ambito i clienti del servizio elettrico alimentati in media tensione.

Valutazione qualitativa

Obiettivo	Criterio	Peso %	Opz. zero	Opz. uno	Opz. due
a. Rafforzare ed estendere gli strumenti di tutela	Efficacia	30	0	+1	+2
	Coerenza	30	0	+3	+1
c. Attualizzare, semplificare ed efficientare il monitoraggio	Efficienza	20	0	+1	+1
	Semplificazione	20	0	+2	+1
<i>Valutazione complessiva</i>			0	+1,8	+1,3

Il *peso* attribuito ai diversi fattori riflette il maggiore impatto degli interventi prefigurati sulla sfera delle tutele offerte ai clienti (obiettivo a.), rispetto all'impatto sulle dinamiche del monitoraggio.

Riguardo all'obiettivo (a), le opzioni uno e due rispondono all'obiettivo di maggiore efficacia, con l'estensione del campo di applicazione a tutti i clienti dotati di minore potere contrattuale. In termini di coerenza, con questa la scelta si definiscono criteri di inclusione uniformi rispetto a quelli di altri provvedimenti che regolano la vendita, come il Codice di condotta commerciale e la nuova Bolletta. L'opzione due può essere giudicata leggermente superiore all'opzione uno per efficacia, dato che mantiene nel perimetro della tutela anche i clienti in media tensione. Va tuttavia considerato che tali clienti, per le loro caratteristiche e *in primis* per i loro volumi di consumo, appaiono in condizione di rapportarsi efficacemente con i venditori.

Riguardo all'obiettivo (c), l'opzione uno e l'opzione due risultano sostanzialmente assimilabili per quanto riguarda l'efficienza (si completano gli strumenti di monitoraggio relativi ai clienti di minori dimensioni); rispetto alla semplificazione amministrativa, si possono stimare effetti migliorativi più sensibili per l'opzione uno (l'applicazione del TIQV copre senza eccezioni categorie omogenee di clienti ed elimina la categoria di clienti MT) rispetto all'opzione due.

Valutazione degli effetti attesi

Destinatario	Effetto atteso	Opz. zero	Opz. uno	Opz. due
Venditori	Oneri di implementazione	0	-1	-1
	Oneri a regime	0	+1	0
Clienti	Tutela	0	+1	+1
	Riduzione del contenzioso	0	+1	+1
<i>Valutazione complessiva</i>		0	+2	+1

Nei confronti dei *venditori*, si ritiene che le opzioni uno e due comportino oneri equivalenti in sede di implementazione (adattamenti iniziali dei sistemi gestionali); l'opzione uno avrebbe minori oneri gestionali a regime, in particolare riguardo alla razionalizzazione degli obblighi di registrazione e di comunicazione dei dati all'Autorità, mentre l'opzione due risulterebbe sostanzialmente neutrale.

Nei confronti dei *clienti*, si ritiene che le opzioni uno e due comportino una tutela più diffusa e mirata e una riduzione del contenzioso, poiché l'inclusione dei clienti in ultima istanza può prevenire il ricorso all'ADR; su questo punto, le due opzioni si possono ritenere sostanzialmente equivalenti, alla luce della capacità dei clienti in media tensione di rapportarsi efficacemente con i venditori.

Conclusioni

In esito alle valutazioni, si ritiene opportuno esporre nel documento per la consultazione l'opzione uno.

2. Canali per l'invio di reclami (rif. capitolo 3, paragrafi 3.20 e seguenti)

Opzioni regolatorie

- *opzione zero* - comporta la conferma dell'attuale regolazione; viene considerata come riferimento per valutare gli aspetti migliorativi o peggiorativi delle altre opzioni;
- *opzione uno* - comporta l'obbligo per i venditori di consentire l'attivazione di procedure di reclamo tramite canale telefonico e di darne attestazione su supporto durevole, se lo stesso canale è utilizzato dal venditore per la conclusione di contratti di fornitura;
- *opzione due* - comporta, per i soli venditori che ammettono su base volontaria l'attivazione delle procedure di reclamo tramite il canale telefonico, l'obbligo di attestare l'avvio della pratica con documento su supporto durevole.

Valutazione qualitativa

Obiettivo	Criterio	Peso %	Opz. zero	Opz. uno	Opz. due
a. Rafforzare ed estendere gli strumenti di tutela	Efficacia	20	0	+2	0
	Efficienza	20	0	+3	+1
b. Migliorare il livello di soddisfazione dei clienti	Efficacia	30	0	+2	+1
	Efficienza	30	0	+2	+1
<i>Valutazione complessiva</i>			0	+2,2	+0,8

Il *peso* attribuito ai diversi fattori riflette la maggiore rilevanza attribuita all'obiettivo di facilitare la soluzione dei problemi mediante procedure innovative e meno onerose per i clienti.

Riguardo l'obiettivo (a), l'opzione uno risulta preferibile per efficacia (l'accesso alla procedura non dipende dalla discrezionalità delle imprese) e per efficienza (a fronte di risorse impiegate, l'accesso alla procedura è esteso a un maggior numero di imprese e quindi di clienti).

Riguardo l'obiettivo (b), l'opzione uno risulta preferibile per efficacia (il numero di clienti interessati non dipende dalla discrezionalità delle imprese) e per efficienza (a parità di risorse impiegate è interessato un maggior numero di clienti).

Valutazione degli effetti attesi

Destinatario	Effetto atteso	Opz. zero	Opz. uno	Opz. due
Venditori	Oneri di implementazione	0	-1	0
	Oneri a regime	0	+1	+1
Clienti	Semplificazione delle procedure	0	+3	+1
	Tutela	0	+2	+1
<i>Valutazione complessiva</i>		0	+5	+3

Nei confronti dei *venditori*, si ritiene che l'opzione uno comporti un impatto in termini di oneri per l'adeguamento dei sistemi e dei processi e per la formazione degli addetti, che non si verificherebbe nel caso dell'opzione due. In termini di oneri a regime, si ritiene che entrambe le opzioni uno e due possano comportare efficientamenti nella gestione dei reclami derivanti dall'attività pre-istruttoria svolta telefonicamente.

Nei confronti dei *clienti*, l'opzione uno produrrebbe vantaggi più sensibili rispetto alla situazione attuale e all'opzione due, in termini sia di semplificazione sia di tutela, perché l'accesso più agevole alla soluzione dei problemi interesserebbe una platea più ampia di imprese e di clienti.

Conclusioni

In esito alle valutazioni, si ritiene opportuno esporre nel documento per la consultazione l'opzione uno.

3. Pubblicazione dei dati di qualità (rif. capitolo 9)

Opzioni regolatorie

- *opzione zero* - comporta la conferma dell'attuale regolazione; viene considerata come riferimento per valutare gli aspetti migliorativi o peggiorativi delle altre opzioni;
- *opzione uno* - comporta l'obbligo per tutti i venditori di pubblicare una Scheda qualità con un formato e con dati prestabiliti sia sul proprio sito internet sia ai sensi del Codice di Condotta Commerciale; le performance dei venditori del mercato libero saranno disponibili anche sul Portale Offerte;
- *opzione due* - comporta l'obbligo per tutti i venditori di pubblicare una Scheda qualità con un formato e con dati prestabiliti sia sul proprio sito internet sia ai sensi del Codice di Condotta Commerciale; le performance dei venditori del mercato libero saranno disponibili anche sul Portale Offerte, su base volontaria, fermo restando che il Portale darà evidenza dell'indisponibilità dell'impresa a pubblicare i dati.

Valutazione qualitativa

Obiettivo	Criterio	Peso %	Opz. zero	Opz. uno	Opz. due
d. Migliorare l'informazione disponibile ai clienti	Efficacia	40	0	+3	+1
	Efficienza	30	0	+3	+1
	Coerenza	30	0	+3	+1
<i>Valutazione complessiva</i>			<i>0</i>	<i>+3</i>	<i>+1</i>

Il *peso* attribuito ai diversi fattori riflette l'esigenza di individuare la soluzione che assicuri il maggiore impatto in termini di efficacia nel migliorare la fruibilità dell'informazione.

Riguardo l'obiettivo (d), l'opzione uno risulta preferibile per efficacia (l'informazione resa disponibile mediante Portale Offerte da tutte le imprese consente il confronto su base uniforme delle offerte pubblicate), per efficienza (a parità di risorse impiegate per lo sviluppo del Portale la misura interessa un maggior numero di imprese) e per coerenza (la soluzione genera sinergie fra gli strumenti di pubblicazione dei prezzi e della qualità previsti dalla regolazione).

Effetti attesi

Destinatario	Effetto atteso	Opz. zero	Opz. uno	Opz. due
Venditori	Oneri di implementazione	0	-1	-1
	Oneri a regime	0	0	0
Clienti	Tutele	0	+3	+1
	Trasparenza	0	+3	+1
<i>Valutazione complessiva</i>		<i>0</i>	<i>+5</i>	<i>+1</i>

Nei confronti dei *venditori*, si ritiene che le opzioni uno e due comportino oneri di implementazione sostanzialmente equivalenti, dovuti principalmente alla predisposizione della Scheda qualità nel nuovo formato richiesto; per entrambe le opzioni si ritiene che i maggiori oneri di gestione non generino impatti significativi.

Nei confronti dei *clienti*, la disponibilità nel Portale Offerte di informazioni complementari relative a prezzo e qualità rafforza in modo significativo, soprattutto se obbligatoria per tutte le imprese, il livello di tutela (disponibilità di informazioni basate su dati oggettivi e confrontabili) e la trasparenza del mercato (disponibilità di informazioni più complete, riguardo il prezzo dell'offerta e la qualità del servizio).

Conclusioni

In esito alle valutazioni, si ritiene opportuno esporre nel documento per la consultazione l'opzione uno.