

Indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center
(articolo 14 della deliberazione dell'Autorità 17 giugno 2007, n. 139/07)

**MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE ALL'INDAGINE
E ISTRUZIONI OPERATIVE**

Premessa

Per dare attuazione alla deliberazione del 19 giugno 2007 n. 139/07 (di seguito: deliberazione n. 139/07) recante “**Direttiva in tema di qualità dei servizi telefonici dei venditori di energia elettrica e di gas**”, l'Autorità effettuerà a partire dal II semestre 2008 un'**indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center** dei venditori di energia elettrica e di gas.

In attuazione a quanto disposto dall'art. 14 della deliberazione n. 139/07, vengono di seguito indicate le **modalità per la partecipazione all'indagine e le istruzioni operative**. Si rammenta che l'indagine ha le seguenti caratteristiche:

- a) viene effettuata su base semestrale da una società di ricerca incaricata dall'Autorità¹;
- b) è finalizzata alla definizione di un punteggio relativo alla soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai call center che costituirà parte del punteggio complessivo di qualità dei *call center* attribuito ad ogni venditore partecipante all'indagine;
- c) la partecipazione all'indagine è obbligatoria per tutti i venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 100.000 clienti finali (per la sola indagine relativa al II semestre 2008) o con più di 50.000 clienti finali (per le indagini successive); gli altri venditori possono partecipare su base volontaria;
- d) è effettuata mediante la metodologia del call-back, attraverso il campionamento, da liste fornite dai singoli venditori partecipanti all'indagine, dei clienti che si sono rivolti ai *call center* e che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center* ;
- e) il campione di interviste è stato determinato dall'Autorità in un lotto di 300 interviste per venditore per semestre; è prevista la possibilità per le imprese partecipanti di aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità acquistando a proprie spese lotti di interviste aggiuntive (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia.

¹ A seguito di gara europea pubblica con procedura aperta, è risultata aggiudicataria del servizio di effettuazione dell'indagine, per 4 semestre, la società di ricerca *CAI - Customers Asset Improvement* in associazione temporanea di impresa con la società *TeleSurvey*.

1. Soggetti interessati all'indagine per il secondo semestre 2008

Con riferimento a quanto previsto dall'art. 21, comma 21.1, lettera a), della deliberazione n. 139/07 sono interessati all'indagine **per il secondo semestre 2008** tutti i venditori di energia elettrica e/o di gas **con più di 100.000 clienti finali**. La soglia di clienti finali si intende raggiunta conteggiando **al 31 dicembre 2006** la somma dei clienti finali alimentati in bassa tensione per il servizio elettrico e/o in bassa pressione per il servizio gas.

2. Raccolta di informazioni preliminari

Le imprese di vendita comunicano via fax (+39.0265565.230) entro il **1° settembre 2008** agli uffici dell'Autorità (Direzione Consumatori e Qualità del Servizio, DCQS) le informazioni necessarie all'effettuazione dell'indagine (contenute nel modulo di cui all'allegato 2), che sono:

- a) ragione sociale dell'impresa di vendita;
- b) natura della partecipazione: partecipazione obbligatoria se rientra tra i soggetti indicati dall'art. 21, comma 21.1, lettera a), della deliberazione 139/07 o partecipazione volontaria se rientra tra i soggetti indicati dall'art. 21, comma 21.1, lettere b) o c), (specificando di quale caso si tratta e il numero dei clienti finali al 31 dicembre 2006);
- c) i numeri telefonici dei *call center* interessati dall'indagine; nel caso essi siano più di uno, specificando per ciascuno di essi a quale tipologia di clientela sono dedicati e i giorni in cui è attivo il servizio con operatore (es: lunedì-venerdì o lunedì-sabato);
- d) l'eventuale numero di lotti di interviste aggiuntive che il venditore intende acquistare (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste);
- e) il nominativo e un recapito telefonico di un referente per lo svolgimento dell'indagine nonché l'indicazione degli indirizzi e-mail da utilizzare per le comunicazioni che avverranno nell'area cooperativa.

Nel caso in cui l'impresa di vendita abbia più numeri telefonici di *call center* differenziati in base alla tipologia della clientela, il file dati dovrà contenere i dati relativi alle chiamate pervenute a tutti i numeri di *call center* interessati dall'indagine (indicando nel campo 9 del file trasmesso a quale numero telefonico si riferisce la chiamata).

L'impresa di vendita è tenuta a dare tempestiva comunicazione a DCQS, nel caso di variazioni dei numeri telefonici di *call center* o del referente per l'indagine.

3. Compartecipazione all'indagine con acquisto di lotti aggiuntivi

Ai sensi del comma 3 dell'articolo 14 della deliberazione n. 139/07, in esito a ciascuna indagine semestrale, per ogni venditore sarà determinato un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS, variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati dall'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

L'articolo 14, comma 4, della direttiva prevede che le imprese di vendita possano contribuire con proprie risorse all'effettuazione di interviste aggiuntive, al fine di **ridurre il margine di errore di stima a parità di livello di confidenza**.

Le imprese di vendita partecipanti interessate ad aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità (lotto minimo di base pari a n. 300 interviste) possono acquistare lotti di interviste aggiuntive (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia.

La stima puntuale dell'indice ICS ed il relativo intervallo di confidenza saranno calcolati su tutte le interviste effettuate (minimo di base più i lotti aggiuntivi eventualmente richiesti).

Le imprese che intendono avvalersi della possibilità di ampliare il numero di interviste dovranno comunicare all'Autorità il numero di lotti che intendono acquistare al prezzo determinato dalla gara condotta dall'Autorità, fissato in **1.800 Euro più Iva a lotto**. L'Autorità comunicherà alla società di ricerca l'elenco delle imprese partecipanti e gli eventuali lotti aggiuntivi richiesti; la società di ricerca confermerà direttamente alle aziende l'ordine e l'importo complessivo (in relazione al numero di lotti acquistati), che verrà successivamente fatturato direttamente alle imprese stesse.

4. Partecipazione volontaria per venditori con meno di 100.000 clienti finali al 31.12.06

È prevista inoltre (articolo 14, comma 5) la facoltà, per le imprese di vendita con meno di 100.000 clienti finali, di partecipare volontariamente all'indagine acquistando lotti di interviste (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia. La partecipazione volontaria è ammessa solo per **almeno 4 semestri consecutivi**.

Le imprese che intendono avvalersi della possibilità di partecipare volontariamente all'indagine debbono darne comunicazione all'Autorità con le modalità indicate al punto 2 (comunicando via fax la partecipazione all'indagine) e riceveranno conferma dalla società di ricerca con le stesse modalità previste al punto 3.

5. Tempi di svolgimento dell'indagine per il secondo semestre 2008

Le interviste dell'indagine per il secondo semestre 2008 verranno effettuate nei mesi di **ottobre e novembre 2008**. A cura della società di ricerca che effettuerà l'indagine, verrà stabilito un calendario di indagine, in relazione al numero delle aziende che parteciperanno all'indagine, che prevede che ogni venditore sia sottoposto a indagine, per ogni semestre, in un numero di giornate doppio delle giornate in cui è aperto il call center (due lunedì, due martedì, etc.; due sabati solo per i venditori il cui call center è aperto il sabato).

6. Preavviso alle aziende di vendita e trasmissione dei *file* contenenti gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center

Per permettere il campionamento dei clienti che si sono rivolti ai call center e hanno effettivamente parlato con un operatore, nel corso dell'indagine verranno richiesti:

- a) per le imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a sabato, 6 *file* di dati riferiti ad una coppia di giorni (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, venerdì e sabato);
- b) alle imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a venerdì, 6 *file* di dati riferiti di cui 2 riferiti ad una coppia di giorni (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì) e 1 riferito a un'unica giornata (venerdì).

Tutti gli scambi di *file* di dati tra i venditori e la società di ricerca avverranno attraverso un'**Area di lavoro su internet**, nella quale ogni esercente avrà accesso alla propria Sezione intitolata "Indagine Call Center" accessibile tramite un sistema telematico predisposto dall'Autorità. Ogni impresa di vendita interessata dall'indagine avrà accesso esclusivamente alla propria partizione, alla quale potrà accedere con le Userid e Password relative all'Anagrafica Operatori unificata².

Con un preavviso di **tre giorni** lavorativi prima della data per la quale sono richiesti i dati, la società di ricerca salverà nella Sezione dell'esercente interessato la richiesta del *file* di dati relativo alla coppia di giorni (o al giorno) indicati/o nella richiesta stessa.

Il sistema telematico provvederà in automatico ad inviare una e-mail di allerta all'indirizzo e-mail dei referenti dell'indagine comunicato a DCQS da parte di ogni impresa di vendita (vd precedente punto 2). L'impresa di vendita è tenuta

² Si rammenta in proposito che in base alla delibera dell'Autorità GOP 35/08, entro il 31 luglio ogni esercente deve verificare e confermare i dati anagrafici previsti dalla stessa delibera; con l'occasione viene rigenerata una nuova Userid (corrispondente al codice fiscale del legale rappresentante) e una nuova password per l'accesso unificato ai sistemi telematici dell'Autorità. Per tutti gli esercenti interessati dall'indagine dei call center è richiesto l'utilizzo di *certificati digitali* rilasciati da certificatori accreditati CNIPA. Per maggiori informazioni si veda il sito internet dell'Autorità, www.autorita.energia.it > operatori > anagrafica.

a dare tempestiva comunicazione a DCQS, nel caso di variazioni dell'indirizzo e-mail.

L'impresa di vendita è tenuta a rendere disponibile il file dati nella propria Sezione dell'Area di lavoro internet, di norma entro il **secondo giorno lavorativo successivo** alla data a cui si riferisce il file. Si richiama l'attenzione sul fatto che la tempestività di inoltro dei file dati costituisce condizione per garantire una tempestiva richiamata del cliente interessato. Il sistema telematico provvede in automatico ad inviare una e-mail di conferma della messa a disposizione da parte dell'impresa di vendita del file dati alla società di ricerca e per conoscenza a DCQS.

7. Contenuto e formato degli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center

Per l'intera durata dell'indagine, ognuna delle aziende di vendita partecipanti all'indagine (su base obbligatoria o su base facoltativa) dovrà rendere disponibile, su richiesta della società di ricerca un file in formato Excel (di seguito: file dati), contenente i campi riportati nella tabella 1, per ciascuna delle chiamate telefoniche al *call center* che hanno dato luogo ad una conversazione con l'operatore e che sono oggetto dell'indagine.

Il file dati dovrà essere salvato con la seguente denominazione: "ragionesociale_ggmmaa.xls", dove ggmmaa è la data del primo giorno della coppia di giorni alla quale si riferiscono i dati contenuti nel file (ad esempio, "ENIDGP_061008.xls").

Le liste di clienti che hanno parlato con operatore dovranno essere depurate dai nominativi dei clienti che durante la chiamata telefonica hanno espresso spontaneamente il desiderio di non essere richiamati per l'effettuazione dell'indagine. Trattandosi di metodologia *call-back* la persona da intervistare è esattamente la persona che ha parlato con l'operatore telefonico del *call center*, pertanto la società di ricerca dovrà tentare un numero minimo di contatti; le liste fornite dalle aziende partecipanti dovranno contenere almeno 5 o 6 volte il numero dei clienti da intervistare.

Di seguito sono fornite **istruzioni di dettaglio** per la compilazione di ciascun campo della tabella 1.

Campo 1

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato un **codice progressivo o il codice univoco** che identifica la chiamata all'interno dell'archivio completo contenente i dati della giornata presa in esame e dal quale è stato estratto il file dati. Il codice univoco è richiesto in particolare per le imprese di vendita con più di 1 milione di clienti che si avvalgono della facoltà di cui al successivo punto 8, in quanto tale codice serve per eventuali controlli successivi.

Il campo 1 ha formato alfanumerico.

Campo 2

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **nome e cognome** della persona che ha effettivamente parlato con un operatore del *call center* (che può o meno coincidere con il titolare del contratto; per semplicità, è richiesto solo il nome della persona che ha effettivamente parlato con l'operatore e non anche il nome del titolare del contratto).

Il campo 2 ha formato alfanumerico.

Campo 3

Ogni chiamata telefonica verrà **classificata** con riferimento ad uno dei seguenti servizi:

- a) **elettrico**, classificato come "1";
- b) **gas**, classificato come "2";
- c) **sia elettrico sia gas**, classificato come "3", qualora nella conversazione siano stati trattati entrambi i servizi.

Eventuali chiamate relative solo a servizi diversi dai servizi elettrico e gas non dovrebbero essere contenute nel file dati; qualora inserite, andranno contrassegnate con "0" e verranno eliminate dalla società di ricerca.

Il campo 3 ha formato numerico.

Campo 4

Dovrà essere indicata la **data** in cui è avvenuta la chiamata telefonica in formato gg/mm/aa.

Campo 5

Ogni chiamata telefonica verrà classificata in base al momento del suo inizio con riferimento ad una delle seguenti **fasce orarie**:

- a) entro le 11.00, classificata come "1";
- b) dopo le 11.00 ed entro le 14.30, classificata come "2";
- c) dopo le 14.30 ed entro le 16.30, classificata come "3";
- e) dopo le 16.30 ed entro le 18.30, classificata come "4";
- f) dopo le 18.30, classificata come "5".

Il campo 5 ha formato numerico.

Campo 6

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **recapito telefonico** del chiamante o quello del cliente titolare del contratto riportato nell'archivio dati dell'azienda. Il campo 6 dovrà essere in **formato testo** in modo da non perdere il numero "0" all'inizio dei numeri da rete fissa; deve essere completo e

comprensivo del prefisso; deve esserci un solo numero di telefono; sono ammessi i seguenti separatori spazio; trattino (-); slash (/).

Campo 7

Ogni chiamata telefonica verrà **classificata** in base ad una delle seguenti condizioni:

- a) **contratto instaurato**, inteso come chiamata da parte di un cliente con contratto sottoscritto o comunque con approvazione telefonica in attesa di firma, classificata come "1";
- b) **contratto da instaurare**, in tutti gli altri casi, classificata come "2".

Il campo 7 ha formato numerico.

Campo 8

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato a quale **numero telefonico di call center** si riferisce la chiamata, nel caso in cui i numeri telefonici interessati dall'indagine siano più di uno. Nel caso di unico numero telefonico di *call center*, il campo può essere *blank*.

8. Estrazione campionaria dei dati per i venditori con più di un milione di clienti finali

Per le imprese di vendita con più di un milione di clienti finali (complessive su più numeri telefonici) il file dati potrà contenere un'estrazione campionaria delle chiamate pervenute al call center nelle giornate richieste:

- a) almeno una chiamata ogni 20 per imprese con più di 10.000.000 di clienti finali;
- b) almeno una chiamata ogni 10 per imprese con più di 5.000.000 di clienti finali;
- c) almeno una chiamata ogni 5 per imprese con più di 1.000.000 di clienti finali.

Le suddette aziende di vendita devono peraltro assicurare che l'estrazione avvenga con un **criterio predefinito** (ad esempio, con estrazione casuale o con estrazione a passo fisso), con attribuzione di un codice univoco ad ogni chiamata telefonica pervenuta nella giornata richiesta, in modo che possa essere verificata l'assenza di criteri intenzionali di estrazione dei dati (vedi anche compilazione del campo 1).

9. Effettuazione dei test di prova per l'area cooperativa e simulazione del campionamento dei clienti da sottoporre ad intervista pilota

Per permettere alle imprese partecipanti ed alla società di ricerca di testare il corretto funzionamento del processo, l'area cooperativa e verificare la conformità del file di dati alle istruzioni (vedi tabella 1), l'area cooperativa sarà attivata e disponibile a partire dal primo settembre 2008. Nelle prime settimane di settembre verranno infatti effettuati test di trasmissione dei file e la società di ricerca effettuerà delle interviste pilota al fine di testare il questionario di indagine.

Le imprese di vendita che hanno partecipato all'indagine pilota effettueranno i test nei giorni **5-6 settembre 2008**; le altre imprese di vendita concorderanno con la società di ricerca l'effettuazione del test in due gruppi di imprese nei giorni **8-9 settembre 2008** e **10-11 settembre 2008**. Per la raccolta dei dati da trasmettere nella fase di test le imprese dovranno attenersi alle regole di trasmissione di cui ai punti 6, 7 e 8 ed inserire nell'IVR l'informativa di cui al successivo punto 10.

La fase di test produrrà un rapporto di check dei file trasmessi ed eventuali imprese che avranno inviato file "**non conformi**" dovranno risolvere le anomalie ed inviare un nuovo file alla società di ricerca entro il **25 settembre 2008**.

10. Informativa ai clienti sull'indagine

Le imprese di vendita interessate dall'indagine inseriscono all'interno dell'IVR del proprio *call center*, preferibilmente in una posizione che assicuri la somministrazione del messaggio soli ai clienti che parlano con un operatore, anche sfruttando il tempo di attesa, il messaggio vocale riportato di seguito:

"La informiamo che potrà essere richiamato per un'indagine sulla qualità di questo call center. A tale scopo, i dati necessari saranno trattati nel rispetto della legge sulla privacy. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito internet [www. ... \[sito dell'azienda\]](#)."

Il messaggio vocale dovrà essere inserito nell'IVR solo nei giorni per i quali dovrà essere fornito il file dati.

Le imprese di vendita interessate dall'indagine, entro il **1 ottobre 2008** pubblicano nel loro sito, in una sezione facilmente accessibile ed intitolata "Indagine sulla qualità dei call center", l'informativa riportata in allegato.

“INDAGINE SULLA QUALITÀ DEI CALL CENTER

In adempimento degli obblighi previsti dalla deliberazione dell’Autorità per l’energia elettrica e il gas 19 giugno 2007, n. 139/0, pubblicata in G.U. n. 164 Supplemento ordinario 161, del 17 luglio 2007, provvediamo a pubblicare l’informativa ai sensi dell’art. 13 del Decreto legislativo del 30 giugno 2003, n°196 (Codice in materia di protezione dei dati personali)

L’Autorità per l’energia elettrica e il gas con la deliberazione del 19 giugno 2007, n. 139/07 (il [provvedimento](#) è disponibile sul sito dell’Autorità www.autorita.energia.it) ha avviato un’indagine sulla qualità delle risposte telefoniche fornite ai consumatori dai *call center* commerciali delle maggiori aziende fornitrici di energia elettrica e di gas, strumentale all’esercizio dei poteri conferiti dalla legge del 14 novembre 1995, n. 481.

In particolare, l’indagine sulla soddisfazione dei clienti si svolgerà richiamando un campione di clienti che si sono rivolti al *call center* nel periodo compreso tra il ottobre e novembre 2008.

I risultati dell’indagine saranno resi pubblici in forma anonima, nel rispetto dei profili di riservatezza indicati dal Garante della privacy.

Ciò premesso, ai sensi del Decreto legislativo n. 196/2003, il trattamento delle informazioni che La riguardano sarà improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e di tutela della Sua riservatezza e dei Suoi diritti.

Pertanto, ai sensi dell’articolo 13 del Decreto legislativo n. 196/2003, Le forniamo le seguenti informazioni:

1. alcuni dati connessi alla Sua chiamata al *call center*, indicati nel successivo punto 2, da Lei spontaneamente forniti all’esercente, verranno trattati temporaneamente, anche elettronicamente, nella misura strettamente necessaria per lo svolgimento dell’indagine demoscopica che l’Autorità per l’energia elettrica e il gas condurrà al fine di accertare la qualità dei servizi telefonici e, in particolare, la soddisfazione e le aspettative dei clienti dei servizi di energia elettrica e gas che si sono rivolti ai *call center*, in relazione alle risposte ricevute dagli operatori;
2. i dati sottoposti al trattamento di cui al precedente punto 1 riguardano: il nome della persona che ha parlato con l’operatore del *call center* o del titolare del contratto di fornitura a cui si riferisce la chiamata, il servizio a cui si riferisce la chiamata (elettrico, gas o entrambi), la fascia oraria della chiamata, il recapito telefonico così come risultanti dai dati in possesso dell’esercente e relativi al rapporto contrattuale instaurato o da instaurare;
3. qualora Lei fosse richiamato ai fini dell’effettuazione dell’intervista telefonica, e vi acconsentisse, i dati acquisiti nel corso della stessa saranno anch’essi oggetto di trattamento; resta salva la possibilità di non rilasciare la suddetta intervista telefonica. In tal caso l’indagine proseguirà nei confronti degli altri soggetti facenti parte del campione;
4. il titolare del trattamento dei dati è la Direzione consumatori e qualità del servizio dell’Autorità per l’energia elettrica e il gas, con sede in Milano, Piazza Cavour n. 5, mentre il responsabile del trattamento dei dati è il Raggruppamento Temporaneo d’Impresa tra la società CAI - Customers Asset Improvement, con sede in via Spartaco 19 (capogruppo) e la società Telesurvey;
5. in ogni momento potrà esercitare i Suoi diritti nei confronti del titolare del trattamento, ai sensi dell’art. 7 del Decreto legislativo n. 196/2003 e, in particolare, potrà chiedere di conoscere l’esistenza di trattamenti di dati che possono riguardarla; potrà ottenere senza ritardo la comunicazione dei medesimi dati e della loro origine, la cancellazione, la

trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione di legge, nonché l'aggiornamento, la rettificazione ovvero l'integrazione dei dati; inoltre, ha diritto di opporsi, in tutto o in parte, per motivi legittimi, al trattamento dei dati personali che la riguardano, ancorché pertinenti allo scopo della raccolta; tutti i diritti indicati dal citato art. 7 del Decreto legislativo n. 196/2003 potranno essere fatti valere indirizzando formale richiesta a:

Autorità per l'energia elettrica e il gas
Direzione consumatori e qualità del servizio
piazza Cavour 5 – 20121 Milano
e-mail: consumatori@autorita.energia.it
fax: **02-65565.230**

6. Per ulteriori informazioni sulle finalità perseguite dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas La invitiamo a visitare il sito web www.autorita.energia.it.
7. Cancellazione dei dati utilizzati ai fini dell'indagine: l'Autorità, al termine dell'indagine provvederà a cancellare tutti i file dati resi disponibili dalle imprese di vendita nella Sezione.

Tabella 1 – Campi da fornire per ciascuna delle chiamate telefoniche al call center oggetto dell'indagine

Campo 1	Campo 2	Campo 3	Campo 4	Campo 5	Campo 6	Campo 7	Campo 8
Numero progressivo o codice univoco della chiamata	Nome della persona che ha parlato con un operatore del call center, anche se diverso dal titolare del contratto	Servizio a cui si riferisce la chiamata (servizio elettrico o gas o entrambi)	Data in cui è avvenuta la chiamata telefonica in formato gg/mm/aaa	Fascia oraria della chiamata	Recapito telefonico (formato TXT per non perdere il numero 0 all'inizio; completo e comprensivo del prefisso); ammessi i seguenti separatori spazio; trattino (-); slash (/)	Contratto (instaurato/da instaurare)	Numero telefonico di call center a cui si riferisce la chiamata
....							
.....							

Allegato 2 – Modulo da utilizzare per la comunicazione di informazioni per la partecipazione all' "Indagine soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center" (deliberazione n. 139/07)

Alla
 Direzione Consumatori e Qualità del Servizio
 Autorità per l'energia elettrica e il gas
 Fax: 0265565.230

Oggetto: Partecipazione all' "Indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center (articolo 14 della deliberazione dell'Autorità 17 giugno 2007, n. 139/07)"

L'impresa di vendita _____ (indicare la ragione sociale)

- partecipa all' "Indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center (articolo 14 della deliberazione dell'Autorità 17 giugno 2007, n. 139/07)";

- rientra tra i soggetti indicati dall'art. 21, comma 21.1, della deliberazione 139/07 (barrare la casella corrispondente):

lettera a) (partecipazione obbligatoria)

lettera b) oppure lettera c) (partecipazione facoltativa)

Numero di clienti finali serviti al 31 dicembre 2006	Servizio elettrico (bassa tensione)	Servizio gas (bassa pressione)

- dichiara che i numeri telefonici dei call center interessati dall'indagine sono:

Numero di call center	Tipologia di clientela a cui è dedicato il servizio	Giorni in cui è attivo il servizio con operatore (es: lunedì-venerdì o lunedì-sabato)

- dichiara che il numero di lotti di interviste aggiuntive che intende acquistare è di n. _____ **(1.800 Euro più Iva a lotto)**

Il referente per lo svolgimento dell'indagine è _____
 (indicare nominativo) _____ (indicare recapito telefonico)

(indicare gli indirizzi e-mail da utilizzare per le comunicazioni che avverranno nell'area cooperativa). Da inviare entro il **1° settembre 2008**