

MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE ALL'INDAGINE DI SODDISFAZIONE DEI CLIENTI FINALI CHE SI RIVOLGONO AI CALL CENTER

ISTRUZIONI OPERATIVE

(articolo 30 del Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale TIQV allegato A alla deliberazione 18 novembre 2008, ARG/com 164 e smi)

Premessa

Per dare attuazione all'articolo 30 del “**Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale**”, allegato A alla deliberazione dell'Autorità 18 novembre 2008, ARG/com 164/08 e smi (di seguito: TIQV), l'Autorità per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico effettua ogni semestre una **indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center** dei venditori di energia elettrica e gas.

Di seguito vengono illustrate nel dettaglio le modalità per la partecipazione all'indagine semestrale e le istruzioni operative per l'effettuazione della stessa.

Si rammenta che l'indagine ha le seguenti caratteristiche:

- viene effettuata su base semestrale da una società di ricerca incaricata dall'Autorità;
- in esito all'indagine di soddisfazione per ogni venditore è determinato un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS;
- partecipano all'indagine semestrale i soli venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano ricevuto, nel semestre precedente, un numero medio di chiamate telefoniche pari almeno a 400/giorno calcolato con riferimento al numero dei giorni di apertura del call center nel semestre precedente;
- è effettuata mediante la metodologia del *call-back*, attraverso il campionamento, da liste fornite dalle singole aziende di vendita che partecipano all'indagine, dei clienti (o potenziali clienti) che si sono rivolti ai *call center* e che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center*;
- la numerosità campionaria di base viene stabilita all'inizio di ciascuna indagine in base al numero di aziende partecipanti e al numero di clienti serviti da ciascuna azienda partecipante con modalità tali da garantire adeguata rappresentatività del campione di interviste;
- è prevista la possibilità per le aziende di vendita partecipanti di aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto alla quota prevista dall'Autorità, determinata in base ai criteri (numero di aziende partecipanti e numero di clienti serviti), acquistando a proprie spese **lotti di interviste aggiuntive** (uno o più lotti, multipli di n. 300 che verranno effettuate con la stessa metodologia).

Le presenti istruzioni operative sono valide a partire dall'indagine che viene effettuata nel 1° semestre 2015 e tengono conto dell'esperienza nelle edizioni delle indagini precedenti.

Le istruzioni potranno essere aggiornate, alla luce delle esigenze di attuazione della regolazione, anche in esito agli incontri tecnici che verranno organizzati ai sensi del comma 32.3 del TIQV.

1. Venditori coinvolti nell'indagine

Dal 1 gennaio 2015 sono interessati all'indagine i soli venditori di energia elettrica e/o di gas **con più di 50.000 clienti finali**¹ che abbiano ricevuto nel semestre precedente un **numero medio di chiamate telefoniche uguale o maggiore di 400/giorno**.

I venditori di energia elettrica e di gas che hanno raggiunto la soglia prevista per la partecipazione per numerosità dei clienti finali ma che hanno un numero medio di chiamate telefoniche inferiore a 400/giorno, anche se in passato hanno partecipato all'indagine, **richiedono l'esonero** dall'indagine.

La richiesta di esonero **non comporta** l'esclusione dall'obbligo della comunicazione dei dati riferiti al rispetto degli obblighi di servizio e alla qualità dei servizi telefonici di cui all'articolo 29, comma 29.1, articolo 31, comma 31.1, lettere a) e b), e di comunicazione volontaria dei dati di cui al comma 31.1, lettera c), secondo le **scadenze semestrali** (28 febbraio e 30 settembre di ciascun anno) e le informazioni di cui ai commi 31.2 e 31.3 del TIQV.

2. Richiesta di esonero dall'indagine

I venditori di energia elettrica e/o di gas che ricadono nelle condizioni di esonero dall'indagine richiedono l'esonero utilizzando l'apposita raccolta dati semestrale resa disponibile sul sito internet dell'Autorità denominata "Richiesta per l'esonero dall'indagine" o, in alternativa, utilizzando il modulo 3 in allegato e trasmettendo le informazioni nell'area operativa dedicata all'indagine.

Ai fini dell'esonero il venditore, deve comunicare il **numero medio giornaliero delle chiamate ricevute** ai propri call center nel semestre precedente.

3. Comunicazione di dati necessari per lo svolgimento dell'indagine (modulo per la partecipazione all'indagine)

I venditori di energia elettrica e/o di gas che partecipano all'indagine trasmettono le informazioni di base necessarie alla società di ricerca di mercato per lo svolgimento dell'indagine compilando il modulo per la partecipazione (Allegato 2).

La scheda dovrà essere **caricata nell'area operativa** dedicata all'indagine sulla qualità dei call center all'inizio dell'indagine.

Le informazioni che dovranno essere fornite riguardano:

- **numero di clienti finali serviti al 31 dicembre² dell'anno n-1 o al 30 giugno dell'anno n** (suddivisi tra servizio elettrico- bassa tensione e servizio gas- bassa pressione) che serviranno anche per dimensionare il campione;
- **i numeri telefonici dei call center** interessati dall'indagine; nel caso essi siano più di uno, occorrerà specificare per ciascuno di essi a quale tipologia di clientela sono

¹ La soglia di clienti finali si intende raggiunta, secondo quanto previsto dall'articolo 52 del TIQV, conteggiando la somma dei clienti finali alimentati in bassa tensione per il servizio elettrico e in bassa pressione per il servizio gas

² Per l'indagine del primo semestre il numero di clienti da dichiarare è quello al 31 dicembre precedente; per l'indagine del secondo semestre il numero dei clienti da dichiarare è quello al 30 giugno precedente.

dedicati e i giorni in cui è attivo il servizio con operatore (es: lunedì-venerdì o lunedì-sabato o lunedì-domenica); 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 che verrà fornito dovrà contenere i dati relativi alle chiamate pervenute a tutti i numeri di call center interessati dall'indagine (indicando nell'apposito campo 8 del file excel trasmesso a quale numero telefonico si riferisce la chiamata);

- l'**eventuale** numero di **lotti di interviste aggiuntive** che il venditore intende acquistare (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste);
- il nominativo e il recapito telefonico del **referente** aziendale per lo svolgimento dell'indagine, da contattare in caso di necessità di informazioni urgenti. E' necessario indicare il nominativo di un referente reperibile e informato dell'indagine per permettere la risoluzione tempestiva di problematiche che dovessero insorgere nel corso dello svolgimento della stessa.

4. Compartecipazione all'indagine (acquisto di lotti aggiuntivi)

Ai sensi dell'articolo 30, comma 3 del TIQV, per ogni venditore in esito a ciascuna indagine semestrale, 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 30 del TIQV prevede che le imprese di vendita possano contribuire con proprie risorse finanziarie 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 all'indagine, interessate ad aumentare il numero delle interviste effettuate, rispetto al minimo assicurato dall'Autorità **possono acquistare lotti di interviste aggiuntive** (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia della quota di base.

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 attraverso il modulo di partecipazione il numero di lotti che intendono acquistare al prezzo determinato dalla gara condotta dall'Autorità, fissato in **2.440,00 Euro più Iva a lotto**. 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.

5. Svolgimento dell'indagine

La società di ricerca che effettua l'indagine stabilirà un calendario di indagine, in relazione al numero delle aziende partecipanti, che prevede che ogni venditore debba essere interessato dall'indagine semestrale, in un numero di giornate doppio rispetto alle 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). L'indagine si svolgerà su un arco di un minimo di 8 settimane ad un massimo di 12-18 settimane (dipendenti anche dalle festività e ponti distribuiti nel periodo di svolgimento dell'indagine demoscopica).

I venditori che hanno call center aperti anche la domenica aggregheranno la domenica al gruppo di giorni venerdì e sabato.

Nel corso dell'indagine, che generalmente ha inizio tra la fine di febbraio e l' inizio di marzo per il primo semestre e tra la fine di settembre e l'inizio di ottobre per il secondo semestre verranno richiesti con un preavviso di 3 giorni lavorativi:

- a) alle imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a venerdì, 6 *file* di dati di cui 4 riferiti a coppie di giorni (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì) e 2 riferiti a un'unica giornata della settimana (venerdì);
- b) per le imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a sabato, 6 *file* di dati riferiti alle chiamate ricevute per coppie di giornate (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, venerdì e sabato) della settimana;
- c) per le imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a domenica, 6 *file* di dati riferiti alle chiamate ricevute per gruppi di giornate della settimana aggregando la domenica al sabato (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, da venerdì a domenica).
- d)

6. Modalità di richiesta e trasmissione dei files contenenti gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center

Per l'effettuazione dell'indagine e il campionamento dei clienti che si sono rivolti ai call center che hanno effettivamente parlato con un operatore, nel corso dell'indagine verranno richiesti **gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center**, con un preavviso di **3 giorni lavorativi nelle seguenti modalità:**

Orari di apertura del call center	Dati richiesti nel corso dell'indagine
da lunedì a venerdì	6 <i>files</i> di dati di cui 4 riferiti a coppie di giorni (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì) e 2 riferiti a un'unica giornata della settimana (venerdì)
da lunedì a sabato	6 <i>files</i> di dati riferiti alle chiamate ricevute per coppie di giornate (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, venerdì e sabato)
da lunedì a domenica	6 <i>files</i> di dati riferiti alle chiamate ricevute per gruppi di giornate della settimana aggregando la domenica al sabato (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, da venerdì a domenica)

Le comunicazioni con le lettere/richiesta dei dati e la trasmissione dei *files* contenenti gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center tra le aziende di vendita e la società di ricerca che effettua l'indagine avvengono **per motivi di sicurezza, privacy e tempestività** di informazione unicamente attraverso un'apposita Area di lavoro dedicata all'indagine sui call center (chiamata "**area operativa**"), nella quale ogni esercente avrà accesso esclusivamente alla propria partizione dedicata.

7. Accesso all'area operativa, creazione e gestione di utenze e email di notifica/avviso.

Per l'effettuazione dell'indagine viene utilizzata "l'area operativa per l'indagine dei call center". I files devono essere trasmessi dalle aziende alla società che svolge l'indagine **unicamente** tramite l'area appositamente predisposta.

Le aziende gestiscono **autonomamente** la creazione delle utenze³ per i referenti dell'indagine, creando anche più di un'utenza per ciascun soggetto.

E' opportuno infatti che **più soggetti della stessa impresa di vendita** siano abilitati quali utenti per l'accesso all'area operativa o per il ricevimento degli avvisi relativi al caricamento nell'area di documenti di interesse per l'azienda in modo che comunicazioni e gli eventuali avvisi di inserimento di documenti di rilevanza per l'indagine nell' Area di lavoro siano visionati tempestivamente.

Con un preavviso di **3 giorni lavorativi** prima della data per la quale sono richiesti i dati (l'elenco dei clienti che hanno parlato con un operatore nelle date indicate) la società di ricerca salverà nella Sezione dell'azienda interessata una lettera/comunicazione con la richiesta del *file* di dati relativo alla coppia di giorni (o al giorno o alla terna di giorni) indicati/o nella richiesta stessa.

Il sistema telematico provvederà in automatico ad inviare una e-mail di avviso agli indirizzi e-mail delle utenze create dall'impresa di vendita.

L'impresa di vendita è tenuta a rendere disponibile il file dati (elenco dei clienti) nella propria sezione dell'Area di lavoro internet, **entro il secondo giorno lavorativo** successivo alla data a cui si riferisce il file. 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 all'Autorità.

N. B.: E' responsabilità dell'impresa di vendita creare e mantenere aggiornate le utenze per rispettare tassativamente le scadenze di invio dei file.

A tale scopo si raccomanda di prevedere più soggetti incaricati di ricevere le e – mail di avviso e di prevedere un controllo e verifica periodica delle stesse.

8. Effettuazione dei test di prova per l'area operativa

Le imprese di vendita che partecipano all'indagine per la prima volta dovranno testare il corretto funzionamento dell'**area operativa dedicata**.

L'effettuazione dei test iniziali è indispensabile per le aziende che partecipano all'indagine per la prima volta in modo tale da verificare la conformità del file di dati alle istruzioni (si veda per il dettaglio la tabella 1).

Prima dell'avvio dell'indagine in ciascun semestre, per permettere alla società di ricerca di testare il corretto funzionamento del processo e apportare gli eventuali correttivi potranno svolgersi test iniziali coinvolgenti anche le aziende che hanno già partecipato all'indagine in edizioni precedenti.

³ Per informazioni dettagliate sulla creazione di utenze vedere il paragrafo 3.4.4 Gestione utenze del Manuale d'uso del sistema "Anagrafica operatori" Manuale d'uso del sistema "Anagrafica operatori" Versione 11.0 (aggiornamento 11/07/2014) disponibile sul sito internet dell'Autorità all'indirizzo: http://www.autorita.energia.it/allegati/operatori/raccolte_dati/istr_anagrafica.pdf

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 9.

La fase di test iniziale è utili anche alle aziende per comunicare **eventuali anomalie informatiche** riscontrate (Help desk al numero verde 800.707.337 o in alternativa all'indirizzo di posta elettronica: infoanagrafica@autorita.energia.it)

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 prima della partenza dell'indagine.

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

Per lo svolgimento dell'indagine, ognuna delle aziende di vendita partecipanti dovrà rendere disponibile, su richiesta della società di ricerca **un file in formato Excel**, 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.

Per agevolare la rintracciabilità dei file si suggerisce di rinominare i file excel con i dati con la seguente denominazione:

"**nomeazienda_ggmmaa.xls**",

dove ggmmaa è la data del **primo giorno** della coppia (giorno singolo o terna) di giorni alla quale si riferiscono i dati contenuti nel file.

Le liste di clienti trasmesse alla società di ricerca dovranno rigorosamente essere **depurate dai nominativi dei clienti** che durante la chiamata telefonica hanno espresso il desiderio di **non essere richiamati** e non voler partecipare all'effettuazione dell'indagine (nel rispetto della normativa vigente sulla privacy).

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 le **istruzioni di dettaglio** per la popolazione di ciascun campo del singolo file da trasmettere (tabella 1).

ISTRUZIONI DI DETTAGLIO PER IL FILE IN FORMATO EXCEL

La prima riga del file deve contenere il nome dei campi (campo 1, campo 2, campo 3,.....campo 8); non devono essere presenti altre righe di intestazione. Per ogni campo è specificata di seguito la funzione e il dettaglio del formato.

Campo 1 - Codice progressivo o il codice univoco

Per ogni chiamata telefonica (per ogni riga) 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 10.

N. B. Il codice potrà essere utilizzato per eventuali controlli successivi.

Il campo 1 ha formato alfanumerico.

Campo 2 - Nome e cognome

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **nome e cognome** del chiamante ovvero 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 con il nome del chiamante deve contenere il nome ed il cognome.

Le liste di clienti che hanno parlato con operatore dovranno essere **depurate** dai nominativi dei clienti che durante la chiamata telefonica hanno espresso la volontà di non essere richiamati per l'effettuazione dell'indagine. Se la mancanza del nome è riferita al fatto che il cliente non vuole essere richiamato occorre **cancellare il record**. Al posto di nome e cognome non devono essere riportate altre frasi.

Il campo 2 ha formato alfanumerico.

Campo 3 - Servizio

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

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

Eventuali chiamate relative a servizi diversi dai servizi elettrico e gas (es.: aziende multiservizi) non saranno sottoposte ad indagine e pertanto non dovrebbero essere contenute nel file dati; qualora inserite, andranno contrassegnate con "0" e verranno comunque eliminate dalla società di ricerca.

Il campo 3 ha formato numerico.

Campo 4 - Data

Dovrà essere indicata la **data** in cui è avvenuta la chiamata telefonica.

Il campo 4 ha formato gg/mm/aaaa.

Campo 5 - Fascia oraria

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 – Recapito telefonico

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 reso disponibile 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 - Contratto

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 anche 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 – Numero di call center

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*.

10. 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 (complessivi su più numeri telefonici) il file dati potrà contenere un’estrazione campionaria delle chiamate pervenute al call center nelle giornate richieste secondo le seguenti regole:

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

11. 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 viene fornito il file dati di prova o viene richiesto il file dati di cui al precedente punto 8.

Le imprese di vendita interessate dall'indagine, entro la data di avvio dell'indagine relativa al semestre interessato pubblicano nel loro sito (avendo cura di aggiornare eventualmente quella già esistente), in una sezione facilmente accessibile ai clienti ed intitolata “*Indagine sulla qualità dei call center*” l'informativa riportata in allegato 1.

12. Comunicazioni alla Direzione Consumatori, Conciliazioni ed Arbitrati

L'azienda di vendita è tenuta **a dare tempestiva comunicazione, possibilmente tramite area operativa** alla **Direzione Consumatori, Conciliazioni ed Arbitrati** (DCCA) dell'Autorità nel caso di comunicazioni relative a:

- variazioni dei numeri telefonici di *call center*;
- recapiti del/i referente/i per l'indagine.

Allegato 1 – Informativa ai clienti da pubblicare sul sito internet del venditore

“INDAGINE SULLA QUALITÀ DEI CALL CENTER” ANNO 2015

In adempimento degli obblighi previsti dalla deliberazione dell’Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico 18 novembre 2008, ARG/com 164/08 e smi, si provvede 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 il gas e il sistema idrico con la deliberazione del 18 novembre 2008, ARG/com 164/08 (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*. 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 il gas e il sistema idrico 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*, l’indicazione del titolare del contratto di fornitura a cui si riferisce la chiamata, il servizio a cui si riferisce la chiamata (elettrico, gas o entrambi), il motivo, la settimana e 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, Conciliazioni ed Arbitrati dell’Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico, con sede in Milano, Piazza Cavour n. 5; il responsabile del trattamento dei dati è la società IZI Spa;
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, il gas e il sistema idrico
Direzione Consumatori, Conciliazioni ed Arbitrati
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.

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
Codice progressivo o 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/aaaa	Fascia oraria (1 o 2 o 3 o 4 o 5)	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
....							
.....							

Allegato 2 – MODULO PER LA PARTECIPAZIONE ALL’ “INDAGINE SULLA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI DEI CALL CENTER” (TIQV)

Alla Direzione Consumatori, Conciliazioni ed Arbitrati - Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico

L’impresa di vendita _____

PARTECIPA

all’ indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai *call center* per il _____ semestre 201____

nel semestre precedente ha registrato all *call center* n. _____chiamate/giorno

Numero di clienti serviti al ⁴ _____	Servizio elettrico (bassa tensione)	Servizio gas (bassa pressione)
	_____	_____

i numeri telefonici dei *call center* interessati dall’indagine sono i seguenti:

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 o lunedì- domenica)	Numero di ore di apertura del call center (con operatore)

La giornata di festività del Santo Patrono cade il giorno _____

Dichiara inoltre che il numero di lotti di interviste aggiuntive che intende acquistare per il ____° semestre 201____ (2.440,00 Euro più Iva a lotto) è di n. _____

(In caso di acquisto lotti di interviste aggiuntive indicare il numero e inserire timbro dell’impresa di vendita e la firma per accettazione)

Per accettazione
(timbro e firma)

Data _____

Il/I referente/i per l’indagine è/sono: _____

in caso di problemi urgenti è/sono reperibile/i:

email: _____

numero/i di telefono: _____

⁴ 30 giugno o al 31 dicembre

Allegato 3 – MODULO PER L'ESONERO ALL' "INDAGINE SULLA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI DEI CALL CENTER" (TIQV)

Alla Direzione Consumatori, Conciliazioni ed Arbitrati - Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico

L'impresa di vendita _____

nel semestre precedente ha registrato all *call center* n. _____ chiamate/giorno pertanto ai sensi dell'art. 30 del TIQV

È ESONERATA

dalla partecipazione all'indagine per il _____ semestre 201_____

Data _____

Firma _____