

---

**PROCEDURA DI GARA APERTA TELEMATICA, IN AMBITO COMUNITARIO, FINALIZZATA ALL’AFFIDAMENTO DEI SERVIZI DI RICERCA DI MERCATO PER L’AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER ENERGIA RETI E AMBIENTE IN TEMA DI QUALITÀ DEI SERVIZI, TUTELA ED INFORMAZIONE DEI CONSUMATORI, MERCATI ENERGETICI LIBERALIZZATI**

---

**PROCEDURA DI GARA**

**CIG 96884287B4**

**IDENTIFICATIVO SINTEL N. 166573234**

**CAPITOLATO TECNICO**

---

## Sommario

<b>1. PREMESSA.....</b>	<b>3</b>
<b>2. CONTESTO DI RIFERIMENTO .....</b>	<b>3</b>
2.1 L'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA) .....	3
2.2.1 Indagine sulla customer satisfaction dei servizi di call center .....	7
2.2.2 Indagine sulla customer satisfaction presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti e delle richieste scritte di informazione .....	8
2.2.3 Indagine sui comportamenti e le esigenze dei clienti nel mercato liberalizzato dell'energia elettrica e del gas .....	10
2.2.4 Altre possibili ricerche ad hoc (quantitative e/o qualitative) sui temi di interesse dell'Autorità .....	11
<b>3. SERVIZI RICHIESTI E REQUISITI SPECIFICI.....</b>	<b>12</b>
3.1 Oggetto della fornitura.....	12
3.1.1 Indagine telefonica quantitativa annuale per il controllo periodico della customer satisfaction dei clienti che si rivolgono ai call center dei venditori di energia elettrica e di gas .....	13
3.1.2 Indagine sulla soddisfazione delle risposte ai reclami e richieste di informazioni ricevute dai clienti .....	19
3.1.3 Indagine longitudinale sui comportamenti e le esigenze dei clienti sui mercati energetici liberalizzati. ....	21
3.1.4 Altre possibili ricerche ad hoc (qualitative e/o quantitative) sui temi di interesse dell'Autorità .....	22
<b>4. REQUISITI GENERALI.....</b>	<b>23</b>
4.1 Barriere al conflitto di interesse .....	23
4.2 Riservatezza e trattamento dei dati personali .....	23
4.3 Rappresentatività dei campioni per indagini quantitative .....	24
4.4 Effettuazione delle interviste e degli eventuali focus group.....	25
4.5 Controlli di qualità.....	26
4.6 Reportistica finale.....	26
4.7 Aspetti internazionali .....	27
4.8 Consulenza e disponibilità ad effettuare incontri, presentazioni e seminari .....	27
<b>5. PIANIFICAZIONE, REALIZZAZIONE E CONTROLLO DEI SERVIZI RICHIESTI.....</b>	<b>28</b>
5.1 Programma di massima dello sviluppo temporale delle attività di ricerca .....	28
5.2 Piano esecutivo di ricerca (annuale).....	28
5.3 Consuntivazione .....	29
5.4 Comunicazioni tra Committente e Fornitore .....	29
5.5 Assicurazione Qualità.....	29
5.6 Trasferimento di know how al termine del periodo di fornitura .....	30
<b>Appendice 1 .....</b>	<b>31</b>
<b>Appendice 2 .....</b>	<b>41</b>

## 1. PREMESSA

Il presente Capitolato tecnico ha lo scopo di definire gli obiettivi relativi alla fornitura dei servizi in oggetto, in quantità, qualità e livelli di servizio richiesto.

Si segnala che le prescrizioni contenute nel presente Capitolato tecnico rappresentano le caratteristiche e i requisiti minimi necessari all'espletamento dei servizi richiesti.

Ai soli fini del presente documento:

- con il termine "Autorità" va intesa l'Autorità per la Regolazione di Energia Reti e Ambiente;
- con il termine "Fornitore" va intesa la società di ricerca di mercato aggiudicataria della procedura di gara;
- quando non diversamente specificato, con "Capitolato" si intende il presente documento;
- con "gara" si intende la gara da effettuare a fronte del Capitolato;
- con "contratto" si intende il contratto che verrà sottoscritto a seguito dell'aggiudicazione della gara;
- con "fornitura" si intende il complesso dei servizi oggetto delle attività e dei prodotti che il Fornitore è chiamato a compiere e a produrre per onorare il contratto;
- in genere, ogni altro termine che potrebbe essere scritto in minuscolo, viene scritto in maiuscolo quando assume un ben preciso significato ai fini della comprensione del testo (es. "rapporto", per un'accezione qualsiasi presente in un dizionario della lingua italiana, "Rapporto" ad indicare un ben preciso output della fornitura, specificatamente definito nel documento, ed il cui significato è formalmente collegato alla fornitura stessa).

Nel **capitolo 2** vengono illustrati il contesto di riferimento, le esigenze e gli obiettivi dell'Autorità in relazione ai servizi oggetto della gara.

Nel **capitolo 3** è descritto in maniera analitica l'oggetto della fornitura; sono indicati gli obiettivi di ciascuno dei servizi richiesti, di cui viene fornita una descrizione delle caratteristiche e dei requisiti, nonché i parametri quantitativi per il dimensionamento.

Nel **capitolo 4** sono descritti i requisiti generali, intesi come requisiti applicabili a tutti i diversi servizi di ricerca richiesti o applicabili a diversi di essi.

Nel **capitolo 5** sono descritte le modalità di pianificazione, realizzazione e controllo dei servizi e delle attività, nonché gli aspetti di assicurazione della qualità della fornitura.

Sono parti integranti del Capitolato tecnico le Appendici citate nel testo e riportate allegate allo stesso. In particolare, alcuni Allegati sono forniti in versione provvisoria in quanto potranno subire modifiche/integrazioni dovute ad eventuali adeguamenti tecnici e normativi al momento dell'effettuazione dell'indagine.

## 2. CONTESTO DI RIFERIMENTO

### 2.1 L'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA)

L'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito ARERA o Autorità) svolge attività di regolazione e controllo nei settori dell'energia elettrica, del gas naturale, dei servizi idrici, del ciclo dei rifiuti e del telecalore.

L'Autorità è un organismo indipendente, istituito con la legge 14 novembre 1995, n.481 e smi (di seguito: legge n. 481/95) con il compito di tutelare gli interessi dei consumatori e degli utenti, di promuovere la concorrenza, l'efficienza e la diffusione di servizi con adeguati livelli di qualità, attraverso l'attività di regolazione e di controllo. Le funzioni sono svolte armonizzando gli obiettivi economico-finanziari dei soggetti esercenti i servizi con gli obiettivi generali di carattere sociale, di tutela ambientale e di uso efficiente delle risorse.

L'azione dell'Autorità, inizialmente limitata ai settori dell'energia elettrica e del gas naturale, è stata in seguito estesa attraverso alcuni interventi normativi.

Per primo, con il decreto n. 201/11, convertito nella legge n. 214/11, sono state attribuite all'Autorità competenze anche in materia di servizi idrici. Infatti, l'articolo 21, comma 19, prevede che: "*con riguardo all'Agenzia nazionale per la regolazione e la vigilanza in materia di acqua, sono trasferite all'Autorità per l'energia elettrica e il gas le funzioni attinenti alla regolazione e al controllo dei servizi idrici, che vengono esercitate con i medesimi poteri attribuiti all'Autorità stessa dalla legge 14 novembre 1995, n. 481*".

Successivamente, il decreto legislativo 4 luglio 2014 n. 102, con il quale è stata recepita nell'ordinamento nazionale la Direttiva europea 2012/27/UE di promozione dell'efficienza energetica, ha attribuito all'Autorità specifiche funzioni in materia di teleriscaldamento e teleraffrescamento; in tale ambito, l'Autorità esercita altresì i poteri di controllo, ispezione e sanzione previsti dalla legge istitutiva, nonché i poteri sanzionatori di cui all'articolo 16 del decreto legislativo n. 102/2014.

Con la legge 27 dicembre 2017, n. 205, inoltre, sono state attribuite all'Autorità funzioni di regolazione e controllo del ciclo dei rifiuti, anche differenziati, urbani e assimilati. Anche per questo settore le competenze conferite sono svolte con i medesimi poteri e nel quadro dei principi, delle finalità e delle attribuzioni, incluse quelle di natura sanzionatoria, stabiliti dalla legge n. 481/95.

Oltre a garantire la promozione della concorrenza e dell'efficienza nei settori energetici, l'azione dell'Autorità è diretta, per tutti i settori oggetto di regolazione, ad assicurare la fruibilità e la diffusione dei servizi in modo omogeneo sull'intero territorio nazionale, a definire adeguati livelli di qualità dei servizi, a predisporre sistemi tariffari certi, trasparenti e basati su criteri predefiniti, a promuovere la tutela degli interessi di utenti e consumatori. Tali funzioni sono svolte armonizzando gli obiettivi economico-finanziari dei soggetti esercenti i servizi con gli obiettivi generali di carattere sociale, di tutela ambientale e di uso efficiente delle risorse.

Ai sensi della legge n. 481/95, l'Autorità ha poteri di regolazione e vigilanza e svolge attività consultiva nei confronti del Parlamento e del Governo.

Per quanto riguarda i settori energetici tutti i clienti finali di gas naturale e tutti i clienti finali di energia elettrica possono da tempo scegliere un venditore nel mercato libero dell'energia. Numerosi provvedimenti normativi si sono susseguiti nel fissare i termini della fine dei servizi di tutela<sup>1</sup> fissando le date a decorrere dalle quali i servizi di tutela di prezzo non saranno più disponibili.

Per i clienti finali di piccole dimensioni (famiglie e microimprese) che non abbiano ancora scelto un venditore nel mercato libero sono previsti i servizi di tutela, ovvero servizi di fornitura di energia elettrica e gas naturale con condizioni economiche (prezzo) e contrattuali definite dall'Autorità.

Per la fornitura di energia elettrica delle piccole imprese e delle microimprese con potenza impegnata superiore a 15 kW, la tutela di prezzo è terminata il 1° gennaio 2021. Per le altre microimprese il superamento della tutela di prezzo per l'elettricità è fissato al 10 gennaio 2024, stessa data in cui terminerà anche la tutela per le forniture di gas delle famiglie.

Il termine della maggior tutela elettrica per le famiglie, previsto entro il 10 gennaio 2024, è la scadenza entro la quale verrà assegnato il servizio a tutele gradualmente ai clienti domestici elettrici che in quel momento non avessero ancora scelto un fornitore del mercato libero, per garantire la continuità della fornitura.

I clienti possono passare in qualsiasi momento al mercato libero, anche prima delle suddette date, scegliendo il venditore e il tipo di contratto più adatto alle proprie esigenze. I clienti finali che si trovano ancora nel mercato tutelato per la fornitura di elettricità, ricevono secondo modalità definite dall'Autorità, comunicazioni in bolletta da parte del proprio venditore in relazione al graduale superamento delle tutele di prezzo.

---

<sup>1</sup> Si vedano per maggiori dettagli la Legge 4 agosto 2017, n. 124, la Legge 21 settembre 2018, n.108, la Legge 28 febbraio 2020, n.8, la Legge 26 febbraio 2021, n. 21 e da ultimo la Legge 29 dicembre 2021, n. 233

Tra le evoluzioni normative vi sono, altresì, quelle indotte dal Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR) il quale prevede tra le riforme abilitanti, il completamento del processo di liberalizzazione nel settore della vendita al dettaglio dell'energia elettrica.

In particolare, nell'ambito di tali riforme, sono state adottate di misure di accompagnamento volte a garantire la piena concorrenzialità del settore, tra cui, l'incremento della trasparenza della bolletta dell'energia elettrica<sup>2</sup>.

Alla luce della situazione congiunturale di grave tensione, a livello nazionale ed europeo, dei mercati dell'energia, con un conseguente incremento inatteso ed eccezionale dei prezzi, in questa fase evolutiva dei mercati al dettaglio, verso la fine della tutela di prezzo, appare particolarmente importante monitorare mercati e servizi nei settori elettrico e gas e fare in modo che le disposizioni relative al buon funzionamento dei mercati, gli obblighi di servizio, gli standard di qualità, già da tempo adottati, siano osservati da tutti gli operatori del mercato.

Il rapporto tra cliente finale e impresa fornitrice di energia elettrica e/o gas negli ultimi anni si è evoluto e trasformato, anche sulla base di norme primarie e provvedimenti introdotti per rafforzare e disciplinare le diverse fasi in cui può svolgersi il rapporto tra cliente e fornitore; tali provvedimenti sono volti a risolvere, anche con l'eventuale intervento di altri soggetti, le criticità eventualmente emerse nel corso del rapporto di fornitura.

L'Autorità ha messo a disposizione dei clienti di energia elettrica e gas degli appositi strumenti per facilitare i clienti nella valutazione e nella scelta delle varie offerte nel mercato libero:

- ha istituito lo Sportello per il consumatore Energia e Ambiente, che offre informazioni e contribuisce alla risoluzione di controversie relative al servizio elettrico e gas, anche con riferimento al cambio di fornitore; è gestito in avvalimento dall'Acquirente unico, con un numero verde dedicato che ha lo scopo, tra l'altro, di dare informazioni sul mercato liberalizzato e sui diritti dei consumatori.
- ha messo a disposizione ai clienti tramite il Portale Offerte luce e gas le offerte di energia elettrica e gas per poterle confrontare con semplicità e immediatezza e il Portale consumi per accedere ai dati di consumo e alle principali informazioni tecniche e contrattuali relativi alle forniture di energia elettrica e di gas naturale di cui si è titolari.

L'Autorità ha inoltre emesso le Linee guida relative ai Gruppi d'acquisto<sup>3</sup> energia rivolti a clienti finali domestici e piccole imprese definendo le informazioni che devono essere assicurate e l'assistenza agli aderenti.

L'Autorità ha sede a Milano e ha un ufficio a Roma; opera attraverso l'emanazione di provvedimenti (deliberazioni, determinazioni), la pubblicazione di documenti (atti di natura non provvedimento: pareri e segnalazioni, documenti di consultazione, comunicati, istruzioni tecniche, etc.), e la pubblicazione di informazioni di vario tipo (elenchi, aggiornamenti di prezzi e tariffe, livelli di qualità del servizio, etc.).

Tutti i documenti sono pubblicati sul sito internet dell'Autorità [www.arera.it](http://www.arera.it) (l'Autorità è proprietaria del dominio internet [arera.it](http://www.arera.it)).

Nel formulare questo Capitolato, l'Autorità tiene conto dei risultati e dell'esperienza maturata nelle indagini e ricerche di mercato svolte nel corso della sua attività.

---

<sup>2</sup> Per maggiori dettagli si veda la delibera 637/2022/R/com del 29 novembre 2022 e la relativa scheda tecnica <https://www.arera.it/allegati/schede/637-22st.pdf>

<sup>3</sup> Soggetti associativi costituiti con la finalità di selezionare uno o più venditori per la somministrazione di energia elettrica e/o gas naturale ai clienti finali riuniti nel gruppo, senza divenire controparte del contratto di somministrazione di energia.

## Situazione, esigenze ed obiettivi dell’Autorità

Tra le finalità indicate dalla propria legge istitutiva, l’Autorità accresce i livelli di tutela, di consapevolezza e dell’informazione ai consumatori di energia elettrica, di gas e del servizio idrico integrato e dei servizi ambientali, nonché persegue la promozione del miglioramento della qualità di questi servizi. Inoltre, promuove il risparmio energetico e il miglioramento dell’efficienza energetica negli usi finali.

Il presente Capitolato descrive le esigenze dell’Autorità in merito alla possibilità di disporre di indagini per le seguenti tipologie di ricerche:

- a) due indagini annuali (CATI) per il controllo periodico della *customer satisfaction* dei clienti che si rivolgono ai *call center* dei venditori di energia elettrica e di gas;
- b) due indagini annuali (CATI e CAWI) per il controllo periodico della *customer satisfaction* presso i clienti *per le risposte scritte* ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei *reclami scritti* e delle *richieste scritte di informazione* presentate<sup>4</sup>;
- c) un’indagine longitudinale (CATI e CAWI) sui *comportamenti e le esigenze dei clienti nel mercato liberalizzato* dell’energia elettrica e del gas (clienti domestici e non domestici);
- d) altre possibili ricerche *ad hoc* (qualitative e/o quantitative) sui temi di interesse dell’Autorità (inerenti i settori dell’energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, rifiuti) da definire in relazione ad esigenze attualmente non completamente delineate al momento della redazione di questo documento.

Per quanto attiene i servizi a) e b), gli aspetti fondamentali della regolazione, sia della **qualità dei servizi telefonici** che quelli relativi ai **reclami**, sono regolati nel Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale<sup>5</sup> (di seguito: TIQV) di cui all’Allegato A alla delibera 413/2016/R/com e smi.

In relazione all’indagine quantitativa per il controllo periodico della *customer satisfaction* presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti e delle richieste scritte di informazione, gli aspetti relativi al trattamento efficace dei reclami dei clienti finali da parte delle imprese di vendita sono regolati nell’ambito delle disposizioni del TIQV; le disposizioni in vigore prevedono specifiche sul contenuto minimo delle risposte motivate ai reclami dei clienti anche con riferimento a ben precise fattispecie.

Il TIQV prevede anche l’effettuazione di un’indagine sulla soddisfazione dei clienti finali rispetto alle risposte ricevute a fronte di reclami o richieste scritte di informazione.

Per quanto riguarda l’**indagine sui mercati liberalizzati**, gli obiettivi che rendono necessaria la sua effettuazione sono quelli di acquisire elementi utili presso i clienti finali domestici e non domestici per verificare il loro grado di capacitazione, il grado di apertura del mercato retail e l’efficacia della concorrenza:

- prevedere eventuali modifiche alla regolazione adottando provvedimenti di promozione della concorrenza e garantire il buon funzionamento del mercato;
- contribuire ai rapporti periodici sullo stato dei mercati della vendita al dettaglio dell’energia elettrica e del gas naturale garantendo un’adeguata informazione agli stakeholders;
- svolgere eventuali e ulteriori attività di tutela dei consumatori e di informazione, capacitazione, etc.

---

<sup>4</sup> Utilizza marginalmente la metodologia CAWI al fine di garantire la numerosità campionaria di base e una migliore rappresentatività dei campioni per azienda di vendita e con i delegati (professionisti, associazioni dei consumatori) di cui si sono avvalsi i clienti per presentare un reclamo.

<sup>5</sup> Allegato A alla delibera 21 luglio 2016 413/2016/R/com e ss. mm. <https://www.arera.it/allegati/docs/16/413-16TIQVnew.pdf>

Infine, l'indagine sui mercati liberalizzati nasce dall'esigenza di monitorare il passaggio verso il mercato libero, le principali barriere al cambiamento percepite dai consumatori o eventuali problematiche che possono manifestarsi nel corso del tempo.

### **2.2.1 Indagine sulla *customer satisfaction* dei servizi di *call center***

Tra le finalità indicate dalla legge n. 481/95, l'Autorità persegue la tutela e l'informazione dei consumatori di energia elettrica e di gas naturale, nonché la promozione del miglioramento della qualità di questi servizi.

Il TIQV fissa per i servizi telefonici generalmente erogati da *call center* delle aziende di vendita di energia elettrica e di gas (di seguito: venditori), obblighi di servizio, standard generali di qualità dei servizi telefonici, e il monitoraggio della soddisfazione di questi servizi presso i clienti. E' prevista inoltre la pubblicazione di indicatori risultanti da indagini di *customer satisfaction* per la verifica dell'efficacia del servizio telefonico reso dai venditori sia a livello generale che in forma aggregata per gruppi omogenei di aziende; l'articolo 31 in particolare, prevede che l'Autorità effettui annualmente un'indagine di soddisfazione, intervistando un campione di clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center* dei venditori, attraverso la metodologia del *call-back*.

Il campione è estratto da elenchi di clienti finali che hanno parlato con un venditore di energia elettrica e/o gas (forniti dagli stessi venditori che partecipano all'indagine); tali elenchi sono corredati delle informazioni minime necessarie all'effettuazione dell'indagine (nomi e numeri di telefono), secondo istruzioni operative approvate con determina del Direttore della Direzione Advocacy, Consumatori e Utenti<sup>6</sup> con una dettagliata disciplina del trattamento dei dati nel pieno rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 – GDPR<sup>7</sup>.

Sono interessati all'indagine, su base obbligatoria, tutti i venditori di energia elettrica o di gas con più di 50.000 clienti che abbiano ricevuto, nell'anno precedente<sup>8</sup>, un numero medio di chiamate telefoniche superiore a 400/giorno, calcolato con riferimento al numero dei giorni di apertura del *call center*. Nell'ultima edizione dell'indagine i venditori che hanno partecipato all'indagine sono stati una trentina<sup>9</sup>.

In esito all'indagine, per ogni venditore viene stimato un valore dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti (di seguito ICS), variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati dall'indagine<sup>10</sup>.

Ai fini del calcolo dell'indice è rilevante determinare un intervallo di confidenza dell'indice ICS (essendo tale indice stimato su base campionaria). Infatti, il valore della stima dell'indice ICS è un valore stimato determinato come valore minimo dell'intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità. Ciò comporta che debbano essere fornite, per ogni venditore e per ogni semestre, la stima puntuale dell'ICS e il valore minimo dell'intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

---

<sup>6</sup> Si vedano le più recenti istruzioni operative adottate per l'anno 2022: Determina 15 settembre 2022 6/2022 – DACU *Istruzioni Operative relative alla indagine di soddisfazione dei clienti finali di energia elettrica e gas che si rivolgono ai call center (articolo 31 del TIQV) - anno 2022*

<sup>7</sup> La comunicazione dei dati di contatto dell'interessato dalla società di vendita alla società incaricata di effettuare l'indagine è necessaria, ai fini del contatto preliminare, per l'adempimento di un compito svolto nel pubblico interesse o per l'esercizio di pubblici poteri attribuiti all'ARERA, ovvero lo svolgimento di rilevazioni demoscopiche della soddisfazione dei clienti e dell'efficacia dei servizi previsto dalla legge istitutiva. Il trattamento è effettuato in base all'articolo 6, par. 1 lett. e) del GDPR e all'articolo 2-ter, comma 2 del Codice della Privacy.

<sup>8</sup> I dati sul numero delle chiamate telefoniche risposte da operatore vengono comunicati semestralmente.

<sup>9</sup> Il numero dei partecipanti all'indagine può variare in relazione alle acquisizioni di clienti nel corso del tempo delle singole aziende.

<sup>10</sup> Si veda l'elenco dei fattori nel questionario di indagine e la metodologia di indagine in Appendice 1.

Il TIQV prevede inoltre che i venditori 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. In tale caso l'intervallo di confidenza è valutato sul campione complessivo di interviste effettuate pari alla somma delle interviste assicurate dal campionamento con le interviste di base assicurate dall'Autorità più il numero di interviste effettuate a spese del venditore.

L'Autorità ha effettuato 23 edizioni di indagini, dal secondo semestre 2008 ad oggi<sup>11</sup>; le indagini sono state affidate a società specializzate in ricerche di mercato mediante gara pubblica per garantire la terzietà dei risultati e sono state tutte effettuate con la stessa metodologia (*call back*) attraverso interviste telefoniche gestite con metodo CATI (*Computer Aided Telephonic Interview*).

I risultati delle indagini sono attualmente pubblicati nella Relazione annuale e nei Rapporti sulla qualità dei servizi telefonici, e utilizzati, oltre che per la regolazione anche in seminari, presentazioni ed incontri con gli stakeholder in Italia e all'estero.

### **2.2.2 Indagine sulla *customer satisfaction* presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti e delle richieste scritte di informazione**

La disciplina del TIQV, che si applica nei confronti dei clienti del servizio elettrico domestici e non domestici alimentati in bassa e media tensione e dei clienti del servizio gas alimentati in bassa pressione, stabilisce tra l'altro i contenuti minimi del reclamo, i tempi massimi di risposta da parte dei venditori ai reclami scritti e alle richieste scritte di informazione, i contenuti informativi e documentali minimi delle risposte fornite e gli eventuali indennizzi automatici da corrispondere ai clienti in caso di mancato rispetto dei tempi massimi di risposta, che costituiscono standard specifici di qualità applicati a ogni singola prestazione.

L'articolo 39 del TIQV prevede la predisposizione annuale di un Rapporto sul trattamento dei reclami che renda conto, tra l'altro, del rispetto da parte delle imprese degli standard fissati e contenga i risultati di una indagine sulla soddisfazione dei clienti finali rispetto alle risposte ricevute dal proprio fornitore a fronte di reclami scritti o richieste scritte di informazione.

Anche nei confronti delle imprese di distribuzione, l'Autorità ha stabilito standard generali di qualità per la risposta ai reclami eventualmente sottoposti dai clienti finali, e standard specifici di qualità relativi ai tempi di risposta alle richieste di dati tecnici sottoposte dai venditori, in caso di reclami dei clienti finali che coinvolgono prestazioni di esclusiva competenza del distributore.

Il cliente finale che, anche alla luce delle informazioni eventualmente ottenute rivolgendosi al servizio call center o presso altri punti di contatto resi disponibili dal proprio venditore, riscontra una presunta irregolarità nell'erogazione dei servizi elettrico o gas o ritiene poco comprensibile, ad esempio, una clausola del proprio contratto di fornitura, si rivolge in primo luogo all'impresa di vendita (o, nei casi previsti<sup>12</sup>, all'impresa di distribuzione) mediante un reclamo scritto o una richiesta scritta di informazioni.

L'impresa di vendita è tenuta ad assicurare una gestione efficiente dei reclami e delle richieste di informazione e, nel caso del reclamo scritto, deve fornire una risposta completa (motivata e documentata) entro 30<sup>13</sup> giorni solari dal ricevimento dello stesso.

Se queste condizioni non vengono rispettate, l'impresa deve riconoscere al cliente finale un indennizzo, trasferito automaticamente in bolletta, pari a 25 euro. Le imprese di distribuzione possono essere coinvolte con una richiesta di dati tecnici o, per le prestazioni di propria competenza.

---

<sup>11</sup> Precedentemente al 2017 l'indagine era semestrale.

<sup>12</sup> Per reclami o richieste di informazione relativi alle prestazioni del servizio di distribuzione e misura.

<sup>13</sup> Dal 2019, precedentemente lo standard era fissato in 40 giorni solari.



In caso di mancata risposta al reclamo entro i termini previsti dal TIQV da parte dell'impresa, o di risposta ritenuta insoddisfacente, il cliente può rivolgersi per risolvere il suo problema al Servizio Conciliazione clienti energia<sup>14</sup> o ad altro organismo ADR iscritto all'elenco di cui alla deliberazione 620/2015/E/com, modificato ed integrato con la deliberazione 14 luglio 2020, 267/2020/E/com, e, per determinate fattispecie, ricorrere a delle precodificate procedure speciali presso lo Sportello per il consumatore Energia e Ambiente<sup>15</sup>.

Nel corso del periodo contrattuale, verranno svolte due edizioni dell'indagine annuale volte a monitorare il giudizio e la soddisfazione dei clienti sui fattori di qualità, utili a enucleare le maggiori criticità percepite dai clienti nella trattazione da parte dei venditori dei loro reclami, in modo da disporre di dati per supportare eventuali azioni di miglioramento della tutela.

Poichè per essere efficace l'intervista telefonica deve avvenire entro pochi giorni dal momento in cui il cliente ha ricevuto la risposta al suo reclamo, i venditori di energia elettrica e gas partecipanti all'indagine, selezionati in base al numero di clienti e al numero di reclami gestiti nell'anno di riferimento, saranno tenuti a fornire l'elenco dei clienti che hanno inoltrato un reclamo a cui è stata data risposta scritta, nei precedenti 5-7 giorni lavorativi. Le istruzioni operative per i venditori che partecipano all'indagine seguono una dettagliata disciplina del trattamento dei dati nel pieno rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 – GDPR<sup>16</sup>.

La società di ricerca, entro massimo 5 giorni dal ricevimento delle liste di clienti da richiamare, realizzerà le interviste telefoniche previste dal piano di campionamento; le interviste saranno utilizzate per indagare la percezione presso i clienti del modo in cui il loro reclamo o la loro richiesta di informazione sono stati trattati, la soddisfazione complessiva; poi nel corso dell'intervista sarà richiesto loro di formulare un giudizio in relazione agli specifici fattori della qualità. Le interviste verranno realizzate in più wave nel corso dell'anno (minimo 6) per assicurare la "freschezza della risposta" da parte del cliente intervistato.

L'indagine ha le seguenti caratteristiche:

- in esito all'indagine di soddisfazione per ogni venditore è determinato un valore stimato dell' ICS;
- partecipano all'indagine i soli venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano ricevuto, nell'anno di riferimento, un numero di reclami che permetta di ottenere una lista di nominativi di intervistati necessari a garantire la quota riservata a ciascuna azienda nel periodo di indagine.

---

<sup>14</sup> Il Servizio Conciliazione è stato istituito dall'Autorità per mettere a disposizione dei clienti finali di energia elettrica e gas una procedura semplice e veloce di risoluzione di eventuali controversie con gli operatori, mediante l'intervento di un conciliatore appositamente formato in mediazione ed energia che aiuta le parti a trovare un accordo. Il Servizio Conciliazione è disponibile anche per i prosumer (produttori e consumatori di energia elettrica) per le eventuali controversie con gli operatori e il GSE. Il Servizio Conciliazione, gestito da Acquirente Unico per conto dell'Autorità, è gratuito e si svolge on line, in conformità con la normativa europea sull'energia e sulla risoluzione alternativa delle controversie (ADR - Alternative Dispute Resolution). Il Servizio Conciliazione è iscritto negli elenchi ADR e ODR europei in materia di consumo.

<sup>15</sup> Le procedure Speciali Risolutive per le controversie con il proprio fornitore su specifiche materie, in deroga al tentativo obbligatorio di conciliazione sono relative a: bonus luce e gas in caso di mancata o ritardata erogazione del bonus, contestazione di procedure di recupero del bonus; ritorno al precedente fornitore in caso di contratto ritenuto non concluso correttamente da parte dei clienti non domestici; corrispettivo di morosità (CMOR), a fronte di errori nelle procedure di addebito in assenza dei requisiti previsti dalla regolazione o di mancato annullamento del CMOR a seguito di avvenuto pagamento dell'intera posizione debitoria, doppia fatturazione a seguito di cambio fornitore, mancata erogazione di un indennizzo automatico dovuto dal fornitore entro le tempistiche previste dalla regolazione.

<sup>16</sup> La comunicazione dei dati di contatto dell'interessato dalla società di vendita alla società incaricata di effettuare l'indagine è necessaria, ai fini del contatto preliminare, per l'adempimento di un compito svolto nel pubblico interesse o per l'esercizio di pubblici poteri attribuiti all'ARERA, ovvero lo svolgimento di rilevazioni demoscopiche della soddisfazione dei clienti e dell'efficacia dei servizi previsto dalla legge istitutiva. Il trattamento è effettuato in base all'articolo 6, par. 1 lett. e) del GDPR e all'articolo 2-ter, comma 2 del Codice della Privacy.

Tale numero viene determinato ad inizio indagine sulla base dei dati sui reclami dichiarati dalle aziende nel periodo precedente<sup>17</sup>;

- è effettuata prevalentemente mediante la metodologia del *call-back*, attraverso un campionamento di clienti da intervistare, estratti da liste fornite dalle singole aziende di vendita che partecipano all'indagine, tra i clienti che hanno inoltrato un reclamo scritto o una richiesta di informazione scritta e che hanno ricevuto una risposta nell'arco di tempo comunicato all'azienda al massimo 5 giorni prima;
- utilizza marginalmente la metodologia CAWI al fine garantire la numerosità campionaria di base e quindi una migliore rappresentatività dei campioni per azienda di vendita, e con i delegati di cui si sono avvalsi i clienti per presentare il reclamo;
- la numerosità campionaria di base viene stabilita all'inizio di ciascuna indagine, in base al numero di aziende partecipanti, al numero di reclami scritti o richieste di informazioni ricevute nell'anno n-1, al numero di clienti serviti, in modo tale da garantire la significatività statistica delle stime campionarie (indicativamente 200 interviste minime per azienda).

### **2.2.3 Indagine sui comportamenti e le esigenze dei clienti nel mercato liberalizzato dell'energia elettrica e del gas**

La legge n. 481/95 prevede che l'Autorità promuova la concorrenza, l'efficienza nell'offerta dei servizi (nel caso specifico: elettrici e gas) e la tutela degli interessi dei consumatori; a questo fine l'Autorità monitora l'evoluzione dei settori e dei singoli servizi, pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi medesimi e ne controlla lo svolgimento.

L'Autorità effettua periodicamente diverse indagini sul mercato libero e sulle condizioni di vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas naturale ai clienti di piccole dimensioni. In particolare sono state effettuate indagini presso i consumatori che hanno scelto almeno un'offerta del mercato libero, per valutare la loro capacità di scegliere consapevolmente e monitorare i risultati delle scelte effettuate.

Le indagini sono volte anche a verificare la presenza di elementi di criticità che incidono sul comportamento dei clienti finali come la capacità di orientarsi tra le diverse offerte, gli strumenti utilizzati per informarsi, le fasi di scelta e comparazione di offerte sempre più numerose e complesse; inoltre sono state utilizzate per verificare l'esistenza di ostacoli ad un ruolo attivo e consapevole del cliente.

Nell'attuale contesto, in previsione del venir meno delle tutele di prezzo l'Autorità ha l'esigenza di monitorare più frequentemente il mercato e effettuare delle rilevazioni sui comportamenti e sulle scelte dei clienti domestici e non domestici di piccole dimensioni, la loro conoscenza del funzionamento del mercato, le fonti di informazione utilizzate, intervistandoli a distanza di tempo.

Nel corso del periodo di fornitura si prevede pertanto di effettuare due ondate di rilevazione a distanza di 6-8 mesi<sup>18</sup> con tecnica mista simultanea CATI e CAWI a clienti domestici facenti parte di un *panel* e clienti non domestici.

---

<sup>17</sup> Si vedano per maggiori informazioni le Istruzioni operative relative alla indagine di soddisfazione sulle risposte ai reclami e alle richieste di informazione (articolo 38 del TIQV) – anno 2022 <https://arera.it/it/docs/22/003-22dacu.htm>

<sup>18</sup> L'intervallo di tempo è soggetto a riconferma.

L'indagine ha l'obiettivo di approfondire i seguenti argomenti:

- la conoscenza e consapevolezza dei clienti circa la possibilità di cambiare fornitore (esistenza dei servizi del mercato libero e del venire meno nel breve periodo dei servizi di tutela);
- le fonti informative utilizzate per informarsi e/o reperire le offerte di energia elettrica e gas;
- la consapevolezza della spesa derivante dal contratto sottoscritto in relazione alla fornitura di energia;
- la conoscenza delle condizioni contrattuali differenti dal prezzo (es.: durata, o servizi aggiuntivi) o di servizi forniti da soggetti terzi;
- la conoscenza e/o sottoscrizione di contratti con gruppi d'acquisto<sup>19</sup>;
- l'evoluzione delle capacità e delle motivazioni delle scelte o la propensione a modificare la scelta del fornitore in risposta a segnali di prezzo, la presenza di altri motivi materiali e immateriali in relazione alle decisioni e scelte effettuate per i contratti di fornitura.

Alcuni dei risultati delle indagini sul mercato liberalizzato sono inseriti nel Rapporto di monitoraggio sull'evoluzione dei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas<sup>20</sup>.

Si richiede al Fornitore (come descritto più in dettaglio al paragrafo 3.1.3) di presentare un progetto focalizzato sia sui clienti domestici elettrici e gas sia sui clienti non domestici di energia elettrica (alimentati in bassa tensione) e gas (alimentati in bassa pressione), tenendo conto che per questa tipologia di indagine non verranno fornite liste da cui attingere il campione.

#### **2.2.4 Altre possibili ricerche *ad hoc* (quantitative e/o qualitative) sui temi di interesse dell'Autorità**

Tra le funzioni istituzionali dell'Autorità, descritte al paragrafo 2.1, rientra la tutela e l'informazione dei consumatori, oltre che la promozione della qualità dei servizi regolati.

Nel corso del periodo della fornitura, l'Autorità potrebbe ritenere opportuno effettuare ulteriori *indagini demoscopiche qualitative o quantitative ad hoc a livello nazionale* (nei settori dell'energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, rifiuti) che, al momento non sono prevedibili e che, a seconda delle specifiche esigenze e della consulenza fornita dal Fornitore, potrebbero consistere in indagini (in alternative o in combinazione) quantitative e/o qualitative.

I risultati delle indagini, qualora richieste, dovranno fornire elementi utili per progettare iniziative di comunicazione finalizzate alla tutela e all'informazione dei consumatori o altre attività inerenti il complesso di compiti istituzionali descritti al paragrafo 2.1.

---

<sup>19</sup> <https://www.arera.it/it/consumatori/gruppiacquisto.htm>

<sup>20</sup> Si veda per maggiori dettagli Capitolo 5 Evoluzione del comportamento del consumatore nei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas nel Rapporto 342/2022/I/COM "Monitoraggio sull'evoluzione dei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas disponibile" sul sito <https://www.arera.it/allegati/docs/22/342-22.pdf>

### 3. SERVIZI RICHIESTI E REQUISITI SPECIFICI

#### 3.1 Oggetto della fornitura

Sono compresi nell'oggetto della fornitura i servizi e le attività di:

- n. 2 indagini telefoniche quantitative annuali per il controllo periodico della customer satisfaction dei clienti che si rivolgono ai call center dei venditori di energia elettrica e di gas;
- n. 2 indagini telefoniche (e marginalmente CAWI) quantitative annuali per il controllo periodico della *customer satisfaction* presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti e delle richieste scritte di informazione presentate;
- n. 1 indagine longitudinale quantitativa telefonica CATI (e con questionari CAWI su richiesta del cliente), in due wave a distanza di massimo 12 mesi una dall'altra, sui comportamenti e le esigenze dei clienti nei mercati liberalizzati dell'energia elettrica e del gas (clienti domestici e non domestici);
- altre possibili ricerche ad hoc (quantitative e/o qualitative) attualmente non definite sui temi di interesse dell'Autorità (inerenti i settori dell'energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, rifiuti).

I diversi servizi richiesti, descritti nei seguenti paragrafi più in dettaglio, indicano per ciascuno di essi la metodologia di ricerca, le caratteristiche del campione e altri requisiti specifici.

Per le ricerche in cui la metodologia è consolidata, sono descritte anche dettagliatamente le fasi e le attività richieste.

Per le ricerche attualmente non definite si descrivono in linea di massima le caratteristiche dei servizi richiesti.

Nel capitolo 4 sono descritti i **requisiti applicabili a tutti i servizi di** ricerca richiesti, inclusa la stratificazione dei campioni quantitativi, la reportistica da produrre, le regole di qualità da osservare.

L'Autorità si riserva, sulla base delle proprie esigenze, di modificare le modalità di esecuzione descritte, di introdurre nuove modalità, di definire/modificare gli attuali standard, anche in corso d'opera, dandone congruo preavviso al Fornitore secondo quanto previsto nel capitolo 5, in particolar modo in relazione alle ricerche attualmente non definite dettagliatamente nelle varie fasi.

In aggiunta, tali modalità di esecuzione potranno essere congiuntamente riviste, anche su proposta del Fornitore, e potranno essere concordate opportune semplificazioni o variazioni in funzione delle specificità degli obiettivi di regolazione e vigilanza dei settori regolati.

Inoltre l'Autorità si riserva di chiedere al Fornitore di utilizzare prodotti o modulistica specifica, messi a disposizione dall'Autorità stessa, di supporto alla gestione dei servizi oggetto della fornitura (ad esempio l'utilizzo dell'area operativa per l'indagine della qualità dei servizi telefonici e per l'indagine sulle risposte scritte ai reclami).

L'Autorità si riserva infine di avvalersi di terzi per il supporto allo svolgimento di attività di propria competenza (es: verifiche e controlli), ferma restando la sua responsabilità globale nello svolgimento di tali attività.

### **3.1.1 Indagine telefonica quantitativa annuale per il controllo periodico della customer satisfaction dei clienti che si rivolgono ai call center dei venditori di energia elettrica e di gas**

#### **Obiettivi dell'indagine**

Nell'ambito dei compiti di controllo dello svolgimento dei servizi secondo gli standard di qualità fissati ai sensi della legge n. 481/95, l'Autorità deve garantire il monitoraggio della qualità dei servizi telefonici e dare continuità alle indagini effettuate sino ad ora previste dall'articolo 31 del TIQV.

L'indagine sulla qualità dei servizi telefonici è rivolta ai clienti di gas e/o di energia elettrica, alimentati rispettivamente in bassa pressione o in bassa tensione, contrattualizzati o da contrattualizzare, che hanno effettivamente parlato con un operatore di call center commerciale negli ultimi giorni.

Il contenuto specifico dell'indagine riguarda le modalità di erogazione dei servizi telefonici e la rilevazione e misurazione della *customer satisfaction* sui principali fattori di qualità del servizio telefonico reso dai call center (es. comprensibilità dei messaggi registrati, percezione del tempo di attesa, qualità della risposta fornita dagli operatori, etc.)<sup>21</sup>.

I risultati delle indagini sono inclusi in un rapporto generale previsto dall'articolo 31 del TIQV, e in rapporti individuali aziendali che vengono consegnati a fine indagine alle aziende partecipanti.

Sulla base dei risultati dell'indagine, per ognuna delle aziende partecipanti viene calcolato l'indice ICS secondo la metodologia descritta nell'Appendice 1 al presente Capitolato.

#### **Metodologia di rilevazione e campione di indagine**

Ogni azienda partecipante all'indagine fornirà, secondo un calendario prestabilito e preparato dal Fornitore e secondo istruzioni operative definite con determine del Direttore Advocacy Consumatori e Utenti dell'Autorità<sup>22</sup> una serie di elenchi di clienti che durante uno specifico giorno o coppia di giorni hanno parlato con gli operatori del proprio call center commerciale.

Da tali elenchi verrà estratto il campione di clienti, che hanno effettivamente fruito del servizio telefonico, che dovranno essere (saranno) richiamati per verificare la qualità dello stesso (call-back). Nella metodologia di call-back risulta determinante il numero di giorni che intercorrono tra la telefonata del cliente al call center e la richiamata ai fini di verifica della qualità. Tale tempo (c.d. "freschezza" della richiamata) non dovrà essere di norma superiore a 5 giorni lavorativi complessivi, comprensivi di quelli a disposizione delle aziende per fornire gli elenchi (massimo 3 giorni lavorativi).

Il Fornitore dovrà indicare un impegno di prontezza delle richiamate, che si impegna a rispettare, inteso come percentuale di interviste effettuate di norma entro tre giorni lavorativi dalla ricezione per via elettronica dell'elenco.

---

<sup>21</sup> Si veda per il dettaglio dei contenuti dell'indagine il questionario nell'Appendice 1 al presente Capitolato.

<sup>22</sup> Si veda a titolo di esempio la determinazione che approva le istruzioni relative all'indagine Allegato A Determina 15 settembre 2022 6/2022 - DACU modalità di partecipazione all'indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center istruzioni operative, disponibile sul sito internet dell'Autorità <https://www.arera.it/it/docs/22/006-22dacu.htm>

Ogni indagine dovrà essere effettuata attraverso interviste telefoniche gestite con metodo CATI; ad ogni intervistato sarà somministrato un questionario strutturato di durata massima di 10 minuti con domande chiuse e domande aperte. Una frazione di circa il 10% di intervistati sarà sottoposta ad una sezione aggiuntiva del questionario, dedicata alla rilevazione delle aspettative (in tali casi la durata dell'intervista può arrivare a massimo 15 minuti). La versione definitiva del questionario deve essere tendenzialmente stabile per garantire la confrontabilità dei risultati con le indagini precedenti e quelle dei semestri successivi; possono essere concordate con il Fornitore variazioni che non alterino la struttura già approvata in consultazione con le aziende.

Per ogni azienda di vendita di energia elettrica e/o di gas con oltre 50.000 clienti (conteggiando sia i clienti elettrici sia i clienti gas), partecipante all'indagine su base obbligatoria, dovrà essere effettuato un numero di interviste tale da garantire un risultato statisticamente significativo per renderlo confrontabile con quello delle altre aziende partecipanti.

Il numero di interviste complessivo dovrà essere ripartito in base al numero dei clienti serviti nel periodo precedente e in base alle chiamate telefoniche ricevute nel periodo precedente, fermo restando il numero complessivo di 15.000 interviste.

Le aziende di vendita partecipanti all'indagine hanno la possibilità di aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità, compartecipando a proprie spese al fine di ampliare il campione di indagine e ridurre i margini di errore di stima. Pertanto il Fornitore dovrà prevedere, indicandola a parte, la quotazione di lotti di interviste aggiuntive, ciascuno di 300 interviste effettuate con la stessa metodologia.

Le imprese che si vorranno avvalere di tale possibilità dovranno confermare direttamente alla società aggiudicataria il numero di lotti aggiuntivi e l'importo di tali lotti verrà fatturato direttamente alle aziende che lo richiederanno. Per tali aziende la stima puntuale dell'indice ICS e il relativo intervallo di confidenza saranno calcolati su tutte le interviste effettuate (minimo di base più i lotti aggiuntivi richiesti). L'Autorità non si assume alcuna responsabilità in merito al numero di aziende che si potranno avvalere della possibilità di sottoscrivere lotti di interviste aggiuntive.<sup>23</sup>.

### **Contenuto dei servizi richiesti**

Per ogni indagine, i servizi richiesti sono:

- attività relative alla fase iniziale di avvio dell'indagine;
- gestione delle richieste ufficiali ai venditori per la richiesta degli elenchi dei clienti (attraverso l'apposita area operativa dedicata all'indagine);
- estrazione del campione di clienti da richiamare dalle liste fornite dai venditori;
- esecuzione delle interviste di call-back;
- reportistica e consulenza.

---

<sup>23</sup> Si rimarca che il rapporto contrattuale che verrà instaurato per volontà della singola azienda aderente è estraneo dall'attività dell'Autorità, essendo facoltà dell'azienda esercitare o meno la possibilità di acquisire lotti aggiuntivi secondo le condizioni contrattuali stabilite dalle istruzioni operative all'indagine.

Nei punti successivi sono dettagliati i servizi richiesti per ogni indagine.

A) La fase di avvio dell'indagine prevede le seguenti attività:

- raccolta, in collaborazione con l'Autorità, del numero di aziende partecipanti (moduli di partecipazione) e dei lotti aggiuntivi richiesti;
- preparazione del calendario di effettuazione delle interviste; il calendario deve rispettare i seguenti vincoli:
  - il *call center* di ogni venditore sarà verificato in dieci giornate, o dodici nel caso di call center aperti anche il sabato (l'apertura domenicale è associata al sabato); la distribuzione delle interviste dovrà essere stratificata rispettando la distribuzione delle chiamate nei diversi giorni della settimana;
  - le interviste si svolgeranno tendenzialmente in un arco di tempo di 12-15 settimane anche non consecutive, una volta terminata la fase iniziale di preparazione;
- i venditori dotati di call center attivo da lunedì a venerdì dovranno fornire liste di clienti riferiti a rotazione a due lunedì, due martedì, due mercoledì, due giovedì e due venerdì, in genere (ma non tassativamente) non consecutivi; mentre per le imprese dotate di call center attivi da lunedì a sabato, le liste di clienti dovranno essere riferite a rotazione a due lunedì, due martedì, due mercoledì, due giovedì, due venerdì e due sabati, in genere (ma non tassativamente) non consecutivi (l'eventuale apertura domenicale è associata al sabato);
- il calendario delle rilevazioni è predisposto a cura del Fornitore tenuto conto delle comunicazioni delle aziende di vendita effettuate nella fase di avvio dell'indagine (giorno del santo patrono, chiusure programmate per aggiornamento dei sistemi informatici e altri avvenimenti di carattere eccezionale ma prevedibili che potranno essere dichiarati dalle aziende); la versione definitiva dello stesso deve essere approvata dalla Direzione Advocacy Consumatori e Utenti all'inizio dell'indagine; il calendario sarà tenuto assolutamente riservato per tutto il corso della rilevazione; il calendario dovrà inoltre tenere conto delle caratteristiche specifiche dell'erogazione dei servizi (es: stagionalità del settore gas, o scarsa rappresentatività del mese di agosto) concordando con l'Autorità l'opportunità di effettuare o meno rilevazioni in determinati periodi dell'anno (ponti e festività);
- in fase di preparazione saranno messi a punto accorgimenti di semplificazione dei flussi che l'esperienza maturata suggerirà;
- il questionario somministrato nelle indagini effettuate sino ad ora è riportato nell'Appendice 1 al presente Capitolato e potrà subire solo leggere variazioni nelle sezioni A e B al fine di migliorarne la comprensibilità, ma dovrà garantire la confrontabilità dei risultati con le indagini precedenti; la sezione C (aspettative) potrà essere modificata anche su suggerimento della società ed includere anche domande relative ad altri canali di contatto o ad esigenze contingenti dell'Autorità.

B) La fase di gestione delle richieste ai venditori per la richiesta degli elenchi dei clienti comporta le attività di seguito descritte.

Alcuni giorni prima della giornata di rilevazione prevista dal calendario, sarà cura del Fornitore comunicare all'azienda, per via elettronica attraverso un'area appositamente predisposta<sup>24</sup> per l'indagine, la data della giornata alla quale dovrà riferirsi l'elenco dei clienti da richiamare a campione; tale breve preavviso sarà utilizzato dalle aziende di vendita per permettere la messa a punto della messaggistica informativa sul trattamento dei dati sugli alberi fonici dei *call center*<sup>25</sup>.

La fase di gestione delle richieste alle aziende per la fornitura degli elenchi dei clienti deve rispettare i seguenti vincoli:

- a partire dalla conclusione della fase preparatoria di avvio, per l'intera durata dell'indagine, ognuna delle aziende partecipanti dovrà rendere disponibile, su richiesta del Fornitore, le liste dei clienti attraverso un accesso esclusivo con nome utente e password alla piattaforma web ("Area operativa") che viene messa a disposizione per le attività di indagine dall'Autorità attraverso un proprio fornitore di servizi internet;
- a questo scopo, almeno 3 giorni lavorativi prima della data per la quale sono richiesti i dati (in coerenza con il calendario delle rilevazioni), il Fornitore salverà nella sezione dell'Area operativa dell'esercente interessato una comunicazione ufficiale, sulla base di un modello concordato con l'Autorità, in formato PDF, contenente la richiesta dell'elenco clienti relativo al giorno o i giorni previsti dal calendario delle rilevazioni; il sistema telematico provvederà in automatico ad inviare una e-mail di allerta all'indirizzo e-mail collegato al referente/i ufficiale/i per l'indagine;
- le liste dei clienti saranno costituite da un file (excel), contenente i campi specificati dalle istruzioni operative definite, e che saranno messe a punto nella fase di avvio; l'Autorità supervisionerà la trasmissione dei flussi e interverrà solo saltuariamente in caso di imprevisti o eventi straordinari (scioperi o altri eventi di carattere eccezionale) che richiederanno eventuali modifiche del calendario delle rilevazioni.

C) Una volta ottenuti, da ciascun venditore e per ciascuna giornata di rilevazione, gli elenchi dei clienti che si sono rivolti ai *call center*, la fase successiva prevede l'estrazione del campione di clienti da richiamare e l'esecuzione delle interviste; in particolare sono da prevedere le seguenti attività:

- estrazione del campione di clienti finali a cui sarà somministrato il questionario dagli elenchi forniti dai venditori unitamente ad un numero di nominativi di clienti di riserva ritenuto congruo; in tale fase dovrà essere rispettato il vincolo di rappresentatività del campione (rispetto all'intero set di interviste nell'arco del periodo di indagine) relativamente sia alla distribuzione delle chiamate nelle diverse giornate che alla distribuzione delle chiamate per fasce orarie; ulteriori specificazioni potranno essere dettagliate nelle istruzioni operative;
- esecuzione delle interviste: la somministrazione dei questionari dovrà avvenire nel rispetto dei seguenti vincoli:
  - trattandosi di metodologia call-back la persona da intervistare è esattamente la persona che ha parlato con l'operatore telefonico del call center, pertanto il Fornitore dovrà tentare un numero minimo di contatti, pari almeno a 5; è ammesso un numero inferiore di tentativi per specifiche tipologie di rifiuto, tenendo conto che le liste aziendali sono depurate dai clienti che non hanno

---

<sup>24</sup> Si veda a tale proposito la descrizione dell'"area operativa" contenuta nelle Istruzioni operative adottate per l'anno 2022 Determina 15 settembre 2022 6/2022 – DACU Istruzioni Operative relative alla indagine di soddisfazione dei clienti finali di energia elettrica e gas che si rivolgono ai call center (articolo 31 del TIQV) - anno 2022

<sup>25</sup> Secondo la normativa prescritta dal Garante per la protezione dei dati personali, le aziende partecipanti all'indagine di call back non sono tenute a ottenere il consenso del cliente ad essere richiamato, ma sono comunque tenute ad avvisare i clienti della possibilità di essere richiamati, tramite un messaggio preregistrato da somministrare durante l'attesa telefonica nell'"albero fonico" o IVR (*Interactive Voice Responder*) e a pubblicare sul proprio sito l'informativa completa.



dato il consenso e la disponibilità ad essere intervistati; le interviste saranno da effettuarsi anche previo appuntamento (soprattutto per la clientela non domestica)<sup>26</sup>;

- il tempo intercorrente tra la disponibilità degli elenchi forniti dalle aziende di vendita e l'effettuazione dell'intervista di verifica (c.d. "prontezza" della richiamata) non dovrà essere superiore a 3 giorni lavorativi complessivi per almeno il 90% [*o altra percentuale migliorativa come eventualmente offerta dal concorrente in sede di gara*] dei casi; il Fornitore dovrà comunque monitorare anche il tempo totale intercorrente tra la chiamata del cliente al call center e l'effettuazione dell'intervista di verifica ("freschezza" della richiamata) tenendo presente che alle aziende sarà richiesto di fornire gli elenchi di norma entro 2 giorni lavorativi dalla richiesta;
- per l'effettuazione delle interviste di call back, il Fornitore dovrà impiegare intervistatori di cui al paragrafo 4.4 e tutte le interviste dovranno avvenire sotto la supervisione di coordinatori indicati nel medesimo paragrafo 4.4.
- rispetto del Regolamento UE 2016/679, del Codice della Privacy, e delle [Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica](#)<sup>27</sup>: l'indagine dovrà essere realizzata secondo le vigenti disposizioni in tema di riservatezza e di protezione dei dati personali, nonché del "Codice di deontologia e di buona condotta per i trattamenti di dati personali per scopi statistici e scientifici";
- controllo dei dati ed elaborazione dei risultati: dovranno essere eseguiti controlli di qualità delle interviste secondo il codice deontologico e i livelli di qualità richiesti dell'Autorità; in particolare, un questionario sarà considerato valido se l'intervista è effettuata completamente, senza che sia stata interrotta per volontà del cliente o per altro evento anche accidentale; l'Autorità si riserva di effettuare, anche tramite società terze, controlli a campione sugli intervistati, e applicherà penali proporzionali al numero di eventuali interviste dichiarate ma non effettuate, fino alla rescissione del contratto in caso di riscontri negativi per più dell'1% del campione.

D) L'indagine si conclude con una reportistica generale (per l'Autorità) e rapporti individuali aziendali (uno per ogni azienda partecipante) oltre che la fornitura dei dati necessari per l'elaborazione della graduatoria. Devono essere previsti i seguenti output, che resteranno di proprietà dell'Autorità:

- un rapporto completo e dettagliato per l'Autorità, comprensivo di una tabella riepilogativa delle stime puntuali degli indici ICS (in formato excel) per ciascuna azienda con le relative stime per

---

<sup>26</sup> Si segnala che durante le indagini finora svolte è stata rilevata una buona redemption dei clienti a partecipare alla ricerca. Su questo aspetto nell'Appendice 1 al presente Capitolato al presente documento sono forniti dei dati statistici relativi alle più recenti indagini svolte. Nelle liste di clienti forniti dalle aziende la presenza di numeri errati o non corrispondenti al titolare dell'utenza, dovuto a database non aggiornati, si è molto ridotto nel corso del tempo.

Prima di considerare un soggetto irreperibile, oltre al rifiuto esplicito, vengono attualmente adottate le seguenti procedure di richiamata:

- almeno 6 tentativi di chiamata su numero occupato, a distanza almeno di mezz'ora l'uno dall'altro;
- almeno 6 tentativi di chiamata su numero libero, a distanza di due ore l'uno dall'altro e comunque per almeno due giorni consecutivi;
- minimo 3 tentativi ogni mezz'ora l'uno dall'altro su segnale di risposta fax;
- minimo 3 tentativi a distanza almeno di due ore l'uno dall'altro, su segreteria telefonica;
- almeno 5 richiami su appuntamento;
- infine se l'appuntamento supera i cinque giorni si propone di fare ancora un tentativo oltre tale limite.

<sup>27</sup> Nella G.U. del 14 gennaio 2019, n. 11, sono state pubblicate le "[Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica](#)" e le "[Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica effettuati nell'ambito del Sistema statistico nazionale](#)"

mezzo di intervalli di confidenza e il numero delle interviste effettuate (inclusi gli eventuali lotti aggiuntivi);

- un rapporto sintetico per ciascuna azienda partecipante all'indagine, che comprenda il confronto con le altre aziende in forma anonima e con i valori medi di settore (il modello verrà concordato con l'Autorità anche sulla base dei report fino ad ora forniti alle aziende partecipanti all'indagine);
- un rapporto sul processo di indagine, con particolare riferimento agli indicatori di “freschezza” e di “prontezza” delle richiamate;
- i dati “grezzi” relativi alle interviste effettuate, rese anonime, elaborabili su adeguato supporto informatico per ulteriori analisi secondarie.

Verrà inoltre richiesto di redarre un testo relativo al Capitolo che verrà utilizzato nel Rapporto previsto dal TIQV (secondo un fac-simile che verrà indicato dall'Autorità).

Il rapporto di ricerca sarà redatto in lingua italiana; potrà essere richiesta, se necessaria una versione della presentazione *Summary* in lingua inglese. La presentazione dovrà sintetizzare e riportare gli elementi principali degli obiettivi e delle modalità della ricerca, con i principali risultati rilevati.

I suddetti report dovranno essere prodotti tenendo conto dei tempi necessari per la fase delle interviste– entro 4-5 settimane dalla conclusione delle interviste.

Per quanto riguarda gli incontri per la presentazione dei rapporti al termine di ciascuna indagine presso la sede dell'Autorità si rimanda al paragrafo 4.8 .

Oltre alla più alta qualità del lavoro di ricerca, durante tutta l'indagine si richiede la massima collaborazione con le strutture dell'Autorità per l'individuazione delle soluzioni operative più adeguate alle esigenze che si potranno manifestare nella realizzazione della stessa.

### **3.1.2 Indagine sulla soddisfazione delle risposte ai reclami e richieste di informazioni ricevute dai clienti**

#### **Obiettivi dell'indagine**

Valutare la soddisfazione dei clienti che hanno effettivamente inoltrato un reclamo scritto o una richiesta scritta di informazione al proprio fornitore rispetto alla risposta ricevuta, attraverso la raccolta di elementi utili su fattori specifici di qualità della risposta in modo sistematico, imparziale e mirato alla rilevazione di specifiche criticità percepite dai clienti (come descritto nel paragrafo 2.2.2).

La ricerca è necessaria anche per identificare le best practices o le aree di debolezza nel trattamento dei reclami così come percepite direttamente dai clienti e identificare le aree prioritarie di intervento in modo da disporre di dati per eventuali azioni a supporto e tutela attraverso il miglioramento dei processi di gestione.

#### **Metodologia di rilevazione e campione di indagine**

L'indagine si svolge tramite interviste telefoniche mediante metodologia CATI ai clienti finali e marginalmente mediante metodologia CAWI ai loro delegati professionali (associazioni dei consumatori, avvocati, commercialisti, consulenti, etc.)<sup>28</sup>. L'universo di riferimento è costituito dai clienti (elettrici e/o gas) che hanno ricevuto la risposta scritta ad un reclamo o ad una richiesta di informazione nel periodo di indagine. Per una più ampia illustrazione della metodologia di indagine si rinvia all'Appendice 1.

#### **Tecnica di rilevazione**

L'indagine consiste nel sottoporre ad intervista telefonica (CATI) o via web (CAWI) tramite somministrazione di un questionario approvato dall'Autorità ad un campione significativo di clienti delle aziende di vendita di energia elettrica e gas che hanno avuto esperienza diretta nell'inoltrare un reclamo scritto al proprio venditore anche attraverso un delegato o che hanno inviato una richiesta di informazione e che hanno ricevuto una risposta scritta.

#### **Contenuto dei servizi richiesti**

Per le risposte ai reclami scritti dovranno essere previste almeno 6.000 interviste complete [*o altro numero complessivo di interviste, risultato dell'offerta in aumento dal concorrente in sede di gara*], mentre per le risposte alle richieste scritte di informazione dovranno essere previste almeno 1.500 interviste complete.

I servizi richiesti al Fornitore sono:

- attività relative alla fase iniziale di avvio dell'indagine e predisposizione del calendario di indagine che rimarrà segreto per le aziende di vendita sottoposte ad indagine;
- gestione delle richieste ufficiali ai venditori per la richiesta degli elenchi dei clienti che nel periodo oggetto di indagine hanno ricevuto una risposta scritta ad un reclamo (attraverso l'apposita Area operativa dedicata all'indagine sulle risposte scritte ai reclami);
- determinazione e estrazione del campione di clienti da richiamare;
- esecuzione delle interviste di *call-back* in modalità CATI (o CAWI su richiesta dell'intervistando);
- reportistica e consulenza.

L'intervista avverrà entro pochi giorni dal ricevimento della risposta al reclamo da parte del cliente. A questo scopo, le aziende partecipanti all'indagine, selezionate sia in base al numero di clienti serviti sia in base al numero dei reclami ricevuti nel corso dell'anno precedente, saranno tenute a fornire durante un arco di tempo definito l'elenco dei clienti che hanno inoltrato un reclamo scritto o una richiesta di informazione e che hanno ricevuto una risposta scritta dal proprio venditore.

---

<sup>28</sup> In Appendice 2, a titolo di esempio viene riportata il questionario CATI utilizzato nell'indagine.

La società di ricerca, entro 5 giorni, realizzerà le interviste telefoniche previste dal piano di campionamento; le interviste saranno utilizzate per indagare la percezione presso i clienti del modo in cui il loro reclamo è stato trattato, la soddisfazione complessiva e sarà richiesto di formulare un giudizio in relazione agli specifici fattori della qualità<sup>29</sup>.

La durata massima prevedibile delle interviste sarà 10-15 minuti; le interviste saranno da effettuarsi anche previo appuntamento. Per gli aspetti di stratificazione del campione si rimanda al paragrafo 4.3, tenendo conto anche della specificità dell'universo (possono essere sottoposti ad intervista i soli clienti che hanno effettivamente inoltrato un reclamo o una richiesta di informazione al proprio venditore e che hanno effettivamente ricevuto una risposta).

Per l'effettuazione dell'indagine si chiede il rispetto del Regolamento UE 2016/679, del Codice della Privacy, il rispetto delle Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica<sup>30</sup>: l'indagine dovrà essere realizzata secondo le vigenti disposizioni in tema di riservatezza e di protezione dei dati personali, nonché delle regole in vigore relativamente a deontologia e buona condotta per i trattamenti di dati personali per scopi statistici e scientifici.

L'indagine si conclude con una reportistica generale per l'Autorità e rapporti individuali aziendali (uno per ogni azienda partecipante) oltre che la fornitura dei dati e gli elementi necessari per l'elaborazione degli indici.

Devono essere previsti i seguenti output, che resteranno di proprietà dell'Autorità:

- un rapporto completo e dettagliato per l'Autorità, comprensivo di una tabella riepilogativa delle stime puntuali degli indici ICS (in formato excel) per ciascuna azienda con le relative stime per mezzo di intervalli di confidenza e il numero delle interviste effettuate (inclusi gli eventuali lotti aggiuntivi);
- un rapporto sintetico per ciascuna azienda partecipante all'indagine (il modello verrà concordato con l'Autorità anche sulla base dei report fino ad ora forniti alle aziende partecipanti all'indagine);
- un rapporto sul processo di indagine, con particolare riferimento agli indicatori delle richiamate;
- i dati "grezzi" relativi alle interviste effettuate, rese anonime, elaborabili su adeguato supporto informatico per ulteriori analisi secondarie.

Verrà inoltre richiesto di redarre un testo relativo al Capitolo che verrà utilizzato nel Rapporto previsto dal TIQV (secondo un fac-simile che verrà fornito dall'Autorità).

Il rapporto di ricerca sarà redatto in lingua italiana; potrà essere richiesta, se necessaria una versione della presentazione in lingua inglese. La presentazione dovrà sintetizzare e riportare gli elementi principali degli obiettivi e delle modalità della ricerca, con i principali risultati rilevati.

Per quanto riguarda gli incontri per la presentazione dei Rapporti al termine di ciascuna indagine presso la sede dell'Autorità si rimanda al paragrafo 4.8.

---

<sup>29</sup> Clienti elettrici per usi non domestici serviti in bassa tensione: si tratta di punti di prelievo relativi a clienti, serviti in bassa tensione (percentuali marginali di clienti con potenza inferiore a 100 kW possono essere anche serviti in media tensione; la differenza tra alimentazione in bassa tensione e in media tensione si riflette sulla tariffa pagata dal cliente; sono in genere serviti in media tensione le utenze di maggiori dimensioni, ma non esiste un preciso criterio dimensionale per discriminare tra alimentazione in media tensione e in bassa tensione.

<sup>30</sup> Nella G.U. del 14 gennaio 2019, n. 11, sono state pubblicate le "[Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica](#)" e le "[Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica effettuati nell'ambito del Sistema statistico nazionale](#)".

### **3.1.3 Indagine longitudinale sui comportamenti e le esigenze dei clienti sui mercati energetici liberalizzati.**

#### **Obiettivi dell'indagine**

Nell'ambito dei propri compiti di regolazione, monitoraggio e controllo dello svolgimento dei servizi, l'Autorità ha la necessità di effettuare un'indagine demoscopica a livello nazionale presso i clienti domestici e non domestici, elettrici e gas, sui comportamenti e le scelte dei clienti nel mercato liberalizzato.

L'interesse dell'Autorità è di intervistare un campione di clienti rappresentativo del mercato (libero e tutelato siano a quando i servizi di tutela non termineranno) in due *wave* con un intervallo massimo tra le due *wave* di 8 -12 mesi. Il *panel* permette di valutare in maniera efficace e statisticamente rigorosa i cambiamenti nella percezione e nell'esperienza del mercato dei clienti, considerando un periodo antecedente alla piena liberalizzazione e un periodo successivo a tale cambiamento. L'indagine ha l'obiettivo di fornire dati ed elementi per la regolazione e la comunicazione, in relazione alle esigenze descritte al paragrafo 2.2.3 sia per i clienti domestici sia quelli non domestici di piccole dimensioni.

L'universo di riferimento è costituito dai clienti domestici elettrici (bassa tensione) e gas (bassa pressione) e da clienti non domestici elettrici (bassa tensione) e non domestici gas (bassa pressione). I clienti domestici e non domestici dei due settori dovranno essere considerati universi separati.

#### **Metodologia di rilevazione e campione di indagine**

L'indagine prevede una rilevazione da effettuarsi tramite due *wave* adottando la tecnica mista (*mixed mode*) CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) e CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*).

La tecnica mista permetterebbe di raggiungere tutti i segmenti della popolazione (i soggetti che non hanno telefono fisso non possono essere raggiunti con la tecnica CATI e coloro che non dispongono di una connessione web non possono essere raggiunti con la tecnica CAWI).

Le tecniche potranno essere utilizzate in modo complementare, in relazione alle proposte progettuali che dovranno mirare a massimizzare i tassi di risposta e di "redemption" per la seconda *wave*.

Si richiede al Fornitore di proporre un progetto che preveda per i clienti domestici un *panel* di indagine composto da almeno 2.200 individui con un contratto elettrico, di cui almeno 1.500 anche con la fornitura gas a cui verrà somministrato un questionario che prevede una parte di domande inerenti sia la fornitura elettrica che la fornitura gas.

Sarà compito del Fornitore assicurare il raggiungimento di almeno 2.200 contattati (articolati in termini di interviste come indicato al precedente alinea) sul *panel* sia per la prima sia per la seconda *wave*, in modo tale da intervistare nuovamente tutti i soggetti che appartengono al campione originale (interviste di aggiornamento) e minimizzare le sostituzioni in caso di mancati contatti nella seconda *wave*.

Nel corso della prima tornata tutte le interviste verranno effettuate con tecnica CATI e su richiesta dell'intervistato con la tecnica CAWI per una percentuale massima di 30% di interviste CAWI.

Le interviste di aggiornamento effettuate nella seconda *wave* (il cui questionario potrà essere adeguato per riproporre alcune domande in maniera semplificata o in modalità confermativa rispetto all'intervista precedente) verranno effettuate con tecnica CATI o CAWI dando in prima battuta priorità alla modalità già utilizzata nella prima *wave* e in via complementare la tecnica alternativa.

Per i clienti non domestici non è previsto un campione *panel*, ma interviste CATI.

**Per queste indagini non verranno fornite liste di clienti, pertanto il reperimento sarà a cura del Fornitore.**

Il numero delle interviste complessive sarà previsto in:

<b>Clienti domestici</b>	<b>Prima wave</b>	<b>Seconda wave</b>
	2.200 elettrici di cui almeno 1.500 anche con un contratto gas	2.200 elettrici di cui almeno 1.500 anche con un contratto gas

<b>Clienti non domestici</b>	<b>Prima indagine</b>	<b>Seconda indagine</b>
Elettrici	1.500 elettrici	1.500 elettrici
Gas	800 gas	800 gas

La rilevazione in ciascuna *wave*, avrà una durata massima di 6/8 settimane e andrà condotta parallelamente per i clienti domestici e non domestici.

Per i requisiti generali dell'indagine si rinvia al paragrafo 4.

### **3.1.4 Altre possibili ricerche ad hoc (qualitative e/o quantitative) sui temi di interesse dell'Autorità**

Nel corso del periodo biennale di fornitura, l'Autorità potrebbe, come indicato nel paragrafo 2.2.4, richiedere l'effettuazione di ulteriori *indagini demoscopiche qualitative o quantitative ad hoc a livello nazionale*.

I servizi richiesti comprendono la disponibilità ad effettuare alcune indagini quali-quantitative le cui caratteristiche non sono pienamente delineate e i cui obiettivi verranno definiti più puntualmente nel corso del periodo di fornitura, in relazione alle esigenze e in base all'evoluzione delle attività di regolazione e monitoraggio che verranno sviluppate.

Le ricerche o indagini potrebbero essere alternativamente o in combinazione: indagini qualitative: (tramite focus group o interviste in profondità) e/o indagini quantitative: tramite interviste telefoniche (CATI) e/o via web (CAWI);

Per queste indagini non verranno fornite liste di clienti, pertanto il reperimento sarà a cura del fornitore. Si richiede al fornitore di prevedere un offerta che preveda almeno:

12 focus group (da tenersi in grandi città del nord, centro e sud);

20 interviste in profondità;

2.500 interviste telefoniche (CATI);

2.000 interviste (CAWI).

#### **4. REQUISITI GENERALI**

Di seguito vengono descritti i requisiti applicabili a tutti i diversi servizi di ricerca richiesti.

Le modalità di programmazione e consuntivazione degli stessi servizi, nonché gli aspetti di assicurazione della qualità della fornitura, sono indicate nel successivo capitolo 5.

La descrizione di massima del capitolo 3 dei servizi richiesti rappresenta un minimo inderogabile delle prestazioni contrattuali e non costituisce in alcun modo un limite delle stesse prestazioni, essendo il Fornitore tenuto ad eseguire ogni intervento, anche se non indicato e descritto esplicitamente, comunque necessario per assicurare il migliore risultato del servizio.

Il Fornitore dovrà garantire la raccolta dei dati di tutte le ricerche assicurando elevati standard qualitativi, nel rispetto dei requisiti e i tempi specificati nel presente Capitolato, ponendo in essere tecniche e accorgimenti idonei a minimizzare i tassi di non risposta soprattutto in relazione alle ricerche relative alla soddisfazione per le risposte ai reclami e alle indagini longitudinali

Nel corso del servizio il Fornitore è tenuto, senza oneri aggiuntivi, a porre eventuali azioni ulteriori atte a minimizzare gli errori di misurazione, a garantire la gestione efficiente dei dati e il rispetto dei tempi di consegna.

##### ***4.1 Barriere al conflitto di interesse***

Al fine di evitare conflitti di interesse con le aziende dei settori regolati dall’Autorità, che abbiano commissionato ricerche simili al Fornitore, in passato o nel corso del periodo di fornitura, si richiede quanto segue da dichiararsi nei termini di cui al Disciplinare di gara.

Per quanto riguarda i servizi di verifica della customer satisfaction (call center delle aziende di vendita dell’energia elettrica o del gas), si richiede che il Fornitore non abbia rapporti di collegamento o di controllo societario con aziende che erogano i servizi inbound o outbound per i call center da controllare, alla data di aggiudicazione e per tutta la durata del periodo di fornitura.

Per quanto riguarda i servizi di verifica della customer satisfaction sulle risposte scritte ai reclami e alle richieste di informazione, si richiede che il team di ricerca che lavorerà per l’Autorità sia separato dai team di ricerca che eventualmente lavorino per le imprese regolate dei settori dell’energia elettrica e del gas, per tutta la durata del periodo di fornitura; in particolare dovrà essere nominato un responsabile del servizio di campionamento che non potrà intrattenere, per tutta la durata del periodo di fornitura, rapporti contrattuali con le imprese regolate dei settori dell’energia elettrica e del gas.

Il requisito di separazione sopra descritto non si applica ai team di ricerca qualitativa o quantitativa delle altre ricerche.

##### ***4.2 Riservatezza e trattamento dei dati personali***

Ogni indagine dovrà essere realizzata nel rispetto delle normative europea e nazionali in materia di *data protection* e trattamento dei dati personali, ovvero dei provvedimenti dell’Autorità Garante per la protezione dei dati personali e in modo particolare delle “Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica”<sup>31</sup>.

Il Fornitore, in qualità di incaricato al trattamento dei dati per le ricerche in cui l’Autorità prevede che le aziende di vendita forniscano i nominativi dei clienti da intervistare e in qualità di titolare per le ricerche in cui l’Autorità non prevede la fornitura di nominativi e di incaricato del trattamento dei dati (ove applicabile) sarà tenuto a utilizzare i dati forniti solo ed esclusivamente per le finalità istituzionali previste dall’Autorità.

Il Fornitore deve implementare proprie procedure per tutelare la riservatezza dei rispondenti e per fornire loro informazioni e rassicurazioni per la partecipazione alla ricerca. I dati identificativi dei rispondenti sui

---

<sup>31</sup> Nella G.U. del 14 gennaio 2019, n. 11, sono state pubblicate le “[Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica](#)” e le “[Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica effettuati nell’ambito del Sistema statistico nazionale](#)”

questionari devono essere usati al solo scopo di di ricerca e per i controlli di qualità stabiliti; devono essere conservati solo per il tempo necessario a tali fini, nel rispetto della normativa vigente sulla *privacy* e del Registro Pubblico delle Opposizioni<sup>32</sup>:

Il Fornitore è tenuto ad attenersi alle procedure obbligatorie (Documento programmatico sulla sicurezza del Fornitore) che potrà essere richiesto dall’Autorità in qualsiasi momento. In particolare tutta la documentazione e i dati delle ricerche devono essere conservati in modo sicuro per prevenire accessi non autorizzati, danni o perdite accidentali, uso e modifiche delle informazioni, assicurando che siano immagazzinati e conservati in accordo con la normativa in materia di sicurezza dei dati e di *privacy*, e le procedure di qualità adottate dal Fornitore.

Il trattamento dei dati dovrà essere adeguato ai rischi identificati e dovrà essere applicato a tutte le fasi della ricerca: raccolta, ricezione, conservazione, trasferimento e cancellazione delle informazioni.

Il Fornitore deve garantire che siano sempre in atto protezioni e controlli adeguati per le informazioni che devono essere elaborate in modalità sicure.

Il Fornitore applica controlli amministrativi (incluse le procedure di backup, di change management, di assegnazione di credenziali di accesso e di dispositivi di lavoro), controlli tecnici (inclusi i firewall, i sistemi antivirus e antimalware, la crittografia, i log di sistema) e controlli fisici (inclusi i sistemi di accesso fisico, impiegati di reception/sorveglianti, impianti di sorveglianza a circuito chiuso). Il Fornitore deve fornire al personale in modo appropriato e tempestivo la formazione sulla gestione delle informazioni e la loro sicurezza.

In particolare:

-tutte le interviste devono includere l’informativa sul trattamento e la protezione dei dati personali e sugli scopi per cui i dati vengono trattati, informativa che, per ciascuna ricerca, viene pubblicata per esteso sul sito internet dell’Autorità. A tutti coloro che viene proposta una intervista deve essere somministrata l’informativa concordata e ricordato che la loro collaborazione è volontaria; l’informativa deve essere offerta sotto forma di documento scritto a coloro a cui viene proposta l’intervista in profondità (nei focus group) o verbalmente in caso di interviste telefoniche.

Il Fornitore è tenuto a mantenere la più assoluta riservatezza per quanto concerne fatti, informazioni e documenti riguardanti l’appalto in questione e ad astenersi dal pubblicare articoli e divulgare informazioni su quanto fosse venuto a conoscenza per causa del servizio in questione, salvo esplicito benestare scritto dell’Autorità. In particolare per le indagini per il controllo periodico della *customer satisfaction*, l’Autorità richiede tassativamente che sia mantenuta l’assoluta riservatezza sugli esiti delle indagini e sui punteggi ottenuti dalle aziende, nonché relativamente a tutte le informazioni che nel corso della ricerca saranno acquisite.

L’Autorità si riserva di fissare contrattualmente ulteriori clausole per garantire l’assoluta riservatezza dei dati in particolare per le liste di clienti delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas utilizzate per le indagini di *customer satisfaction*, come descritto nel paragrafo 3.1.1 – 3.1.2, che dovranno essere cancellate tassativamente al termine dell’indagine in ottemperanza alla normativa sulla *privacy*.

Il Fornitore dovrà fornire dichiarazione scritta di tale cancellazione e assumersi ogni responsabilità in caso di mendace dichiarazione.

#### **4.3 Rappresentatività dei campioni per indagini quantitative**

*In tutte le fasi quantitative delle diverse indagini, il piano di campionamento dovrà garantire risultati significativi secondo le seguenti indicazioni di massima che saranno confermati per ciascuna indagine:*

- la stratificazione del campione di clienti domestici dovrà essere assicurata per:

---

<sup>32</sup> Per le ricerche con metodologia CATI il Fornitore deve incorporare gli elenchi del Registro Pubblico delle Opposizioni<sup>32</sup> di cui al D.P.R. 27 gennaio 2022, n. 26 nei sistemi prima di iniziare la rilevazione.



- *aree geografiche*, secondo almeno la seguente classificazione:
  - ✓ Nord ovest;
  - ✓ Nord est;
  - ✓ Centro;
  - ✓ Sud e Isole;
- *ampiezza del centro di residenza*<sup>33</sup>, secondo la seguente classificazione:
  - ✓ comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti;
  - ✓ comuni con popolazione compresa tra 5.000 e 50.000 abitanti;
  - ✓ comuni con popolazione inferiore a 5.000 abitanti;

inoltre, la società di ricerca dovrà proporre accorgimenti di campionamento per assicurare la rappresentazione demografica della popolazione (per età e occupazione);

- la stratificazione del campione di clienti non domestici dovrà essere assicurata per:
  - *dimensioni delle unità produttive locali*; considerando la distribuzione naturale delle dimensioni delle unità produttive locali, la stratificazione del campione dovrà adottare un criterio disproporzionale tale da rappresentare adeguatamente anche le aziende di maggiore dimensione; i risultati dovranno poi essere adeguatamente riponderati per fornire una rappresentazione corretta della distribuzione naturale;
  - *aree geografiche*, secondo la stessa classificazione già indicata per i campioni di clienti domestici;
  - *settore merceologico*, secondo la classificazione delle attività normalmente adottata (codici Ateco e similari);
  - per entrambi i campioni, dovrà essere esplicitata nella proposta di progetto la stima dell'errore di campionamento, con livello di confidenza del 95% considerando le variabili individuate per la stratificazione.

#### **4.4 Effettuazione delle interviste e degli eventuali focus group**

*In tutte le fasi quantitative delle diverse indagini richieste*, escluse le indagini multiclient, il Fornitore dovrà assicurare il rispetto dei seguenti requisiti:

- le interviste dovranno essere effettuate da intervistatori di madrelingua italiana adeguatamente formati dal Fornitore che, su richiesta, deve essere in grado di fornire una documentazione adeguata sul punto (schede intervistatori, con indicazione per ciascun intervistatore di qualifica, esperienza e formazione di base effettuata, lavori assegnati e valutazione periodica). Gli intervistatori dovranno altresì partecipare a briefing specifici per la singola ricerca, allo scopo di ottenere tutte le istruzioni necessarie per una corretta esecuzione dell'indagine;
- l'organizzazione dei briefing, la predisposizione del materiale didattico e la preparazione degli intervistatori saranno a completo carico del Fornitore; l'indagine dovrà essere effettuata dagli intervistatori che avranno partecipato alle riunioni di briefing; personale dell'Autorità potrà assistere, su richiesta, ai briefing degli intervistatori;
- tutte le interviste dovranno avvenire sotto la supervisione di coordinatori che assicureranno il continuo monitoraggio delle attività, e terranno costantemente informati gli Uffici dell'Autorità ed eventuali interventi in corso d'opera per sanare e risolvere problemi che si dovessero presentare.

---

<sup>33</sup> La classificazione dei centri di residenza indicata è coerente con la classificazione del "grado di concentrazione" adottata dall'Autorità nelle indagini condotte precedentemente.

In tutte le fasi qualitative delle diverse indagini richieste (focus group e interviste in profondità), il Fornitore dovrà assicurare il rispetto dei seguenti requisiti:

- i *focus group* dovranno essere condotti da psicologi con esperienza specifica;
- lo svolgimento dei *focus group* dovrà avvenire in sedi attrezzate per la videoregistrazione (sempre) e per l'osservazione non partecipante, tramite apposita parete a specchio, salvo per quest'ultimo requisito diverso accordo qualora i focus group si tengano in località prescelte dall'Autorità per motivi specifici relativi agli obiettivi di ricerca;
- le interviste in profondità dovranno essere condotte da personale con particolare esperienza in questo tipo di ricerca e con conoscenze specifiche nelle materie oggetto di indagine.

#### **4.5 Controlli di qualità**

Il Sistema di gestione della qualità del Fornitore dovrà esplicitare i controlli di qualità previsti. In particolare per le interviste telefoniche, è richiesta la presenza di un supervisore ogni 15 operatori; il livello minimo di controllo tramite monitoraggio deve essere pari al 5% delle interviste telefoniche effettuate, con almeno il 50% dell'intera intervista monitorata/ascoltata dal supervisore. Per le interviste personali il livello di controllo deve essere pari al 20% degli intervistatori e al 5% delle interviste.

Oltre ad attenersi agli standard sopra indicati e alle procedure previste dal proprio Sistema di gestione della qualità, il Fornitore dovrà assicurare il rispetto dei seguenti requisiti:

• fase pilota: qualora il Fornitore, in accordo con l'Autorità, preveda la realizzazione di una fase pilota, finalizzata alla messa a punto delle domande del questionario, alla verifica dei tempi di somministrazione e la comprensibilità delle domande presso i clienti finali intervistati, le interviste realizzate nella fase pilota non potranno essere conteggiate nel totale delle interviste richieste. Inoltre, dovrà essere redatto un rapporto al termine di ogni fase pilota, con l'identificazione delle questioni affrontate e delle soluzioni adottate a seguito dei riscontri ottenuti tramite la fase pilota.

• controllo dei dati: il Fornitore deve effettuare controlli di qualità delle interviste secondo il proprio Sistema di gestione della qualità e dichiarare i livelli di qualità fissati ed effettivamente raggiunti. L'Autorità si riserva di effettuare, anche tramite società terze, controlli sugli intervistati, e applicherà *penali previste nel Capitolato amministrativo proporzionali al numero di eventuali interviste dichiarate ma non effettuate*, fino alla rescissione del contratto in caso di riscontri negativi per più dell'1% del campione complessivo della ricerca quantitativa. A tal fine il Fornitore dovrà fornire i recapiti degli intervistati, non abbinati ai dati raccolti.

• regole di validità dei questionari: il Fornitore dovrà concordare con l'Autorità, per ogni ricerca svolta, i criteri da utilizzare per considerare valido un questionario, sulla base dell'effettiva risposta alle principali domande. Di norma, un questionario sarà considerato valido se l'intervista è effettuata completamente.

#### **4.6 Reportistica finale**

Al termine di ogni indagine, dovranno essere consegnati all'Autorità i seguenti output, che resteranno di proprietà dell'Autorità:

- rapporto finale sui risultati dell'indagine che dovrà contenere una sintesi iniziale dei principali risultati dell'indagine commentati (*executive summary*), corredati da tavole e grafici (matrici) e dalle relative tavole illustrative e sezioni dei questionari;
- presentazione finale in formato *powerpoint* (in italiano), contenente i principali risultati del rapporto finale; è prevista una sintesi della presentazione con i risultati chiave in inglese;
- raccolta dati (data-set) archiviati in formato grezzo e formato elaborabile digitale da concordare (indicativamente Excel o Access), riguardanti i singoli item dei questionari, corredata da eventuali riferimenti utili alla decodifica e resi anonimi eliminando ogni riferimento anagrafico dell'intervistato; saranno positivamente valutati eventuali strumenti informatici già predisposti per facilitare l'estrazione e la consultazione dei dati raccolti;

- tavole statistiche suddivise per argomento che dovranno essere fornite sia per i dati in valore assoluto, sia per i dati percentuali per ciascuna domanda del questionario prevedendo anche l'incrocio di tutte le risposte relative a valutazioni con le variabili definite;
- un report di sintesi in formato word (customer satisfaction call center, customer satisfaction indagine reclami paragrafi 3.1.1 e 3.1.2 e indagine sui mercati liberalizzarsi 3.1.3 da utilizzare nei relativi report previsti dal TIQV).
- eventuale altra documentazione necessaria a completare i report di indagine di volta in volta in relazione alle singole ricerche concordate con l'Autorità.

Nel caso di *indagini quali-quantitative, al termine della fase qualitativa, dovrà essere consegnato un rapporto intermedio conclusivo della fase qualitativa, con proposte di progettazione del questionario e di campionamento per la successiva fase quantitativa e i questionario/i di indagine (che l'Autorità deve approvare a seguito della fase pilota, se prevista) completi delle istruzioni per i rilevatori.*

In ogni caso, il Fornitore dovrà assicurare la disponibilità ad eventuali altre richieste di elaborazioni secondarie anche multivariate, anche se non indicate e descritte esplicitamente nel presente Capitolato, che dovessero emergere in relazione alle esigenze informative connesse agli obiettivi e ai risultati della ricerca.

#### ***4.7 Aspetti internazionali***

Il Fornitore, nella formulazione della propria offerta, dovrà considerare che nelle fasi di progettazione esecutiva di alcune ricerche (in particolare quelle descritte nel paragrafo 2.2.4) potrebbe essere richiesta un'attività preliminare di analisi di esperienze internazionali su ricerche dalle tematiche analoghe rispetto a quelle considerate.

Tale attività, da svolgersi nella fase iniziale della ricerca potrebbe comportare contatti e incontri con responsabili delle ricerche svolte dagli organismi di regolazione europei (anche su indicazione dall'Autorità) svolte da altre Autorità analoghe o organismi europei del settore negli ultimi anni utili a comprendere meglio la loro esperienza e le metodologie adottate.

E' pertanto indispensabile che il team di ricerca preveda anche delle professionalità in grado di condurre riunioni e di predisporre note tecniche in lingua inglese.

Le eventuali spese di viaggio documentate che si dovessero rendere necessarie saranno rimborsate a parte, previa approvazione del preventivo di massima dall'Autorità. Il tempo necessario è invece da considerarsi incluso nell'offerta complessiva, per un massimo di 10 giornate/anno dedicate agli aspetti internazionali.

#### ***4.8 Consulenza e disponibilità ad effettuare incontri, presentazioni e seminari***

Al Fornitore è richiesto di organizzare, per ciascuna ricerca ad hoc effettuata e per ciascuna ricerca annuale di controllo della *customer satisfaction* delle imprese di vendita, almeno un incontro seminariale conclusivo di almeno mezza giornata presso la sede dell'Autorità per la presentazione del rapporto e la discussione dei risultati del lavoro. Al Fornitore si richiede inoltre assistenza per partecipare ad incontri (fino ad un massimo di 12 incontri ulteriori nel corso del periodo di fornitura) presso gli uffici dell'Autorità di Milano o di Roma, finalizzati alla discussione dei risultati oppure a seminari o presentazioni mirate in incontri tecnici con associazioni rappresentative dei consumatori e dei clienti. Non sono previste per queste attività rimborsi per spese di viaggio, intendendosi comprese nelle attività complessivamente richieste.

Infine, il Fornitore dovrà assicurare consulenza ed assistenza lungo tutto il periodo di fornitura per gli aspetti concernenti l'individuazione delle esigenze del committente in relazione agli obiettivi indicati.

## **5. PIANIFICAZIONE, REALIZZAZIONE E CONTROLLO DEI SERVIZI RICHIESTI**

Nel seguito sono descritte le modalità con cui si articola la pianificazione delle diverse ricerche, la consuntivazione e il controllo di qualità dei servizi richiesti.

In generale, considerata la durata pluriennale della fornitura, il Fornitore dovrà assicurare la massima flessibilità (entro limiti di ragionevolezza) nello sviluppo delle attività, in relazione a circostanze ed esigenze anche non prevedibili.

### **5.1 Programma di massima dello sviluppo temporale delle attività di ricerca**

Per quanto attiene lo sviluppo temporale delle attività di ricerca oggetto di affidamento in appalto, è fondamentale la seguente distinzione:

ricerche continuative e pianificate: sono di questo tipo i servizi descritti nei paragrafi 3.1.1 e 3.1.2 e 3.1.3 (customer satisfaction call center, customer satisfaction indagine reclami e longitudinale mercati liberalizzati);

ricerche non pianificate: sono di questo tipo i servizi di ricerca descritti nel paragrafo 3.1.4. Per questo tipo di servizi di ricerca non è al momento prevedibile lo sviluppo temporale delle indagini che potrebbero essere svolte nel corso del periodo di fornitura. Esse saranno definite dall'Autorità, in accordo con il fornitore anno per anno, sulla base di un piano esecutivo di ricerca annuale che verrà predisposto e approvato con le modalità descritte nel paragrafo successivo.

### **5.2 Piano esecutivo di ricerca (annuale)**

Entro i 30 giorni solari successivi all'avvio dei lavori (data che sarà certificata da un verbale di inizio attività), il Fornitore dovrà concordare con l'Autorità e predisporre il primo Piano esecutivo di ricerca annuale, con indicazione di dettaglio delle ricerche che dovranno essere svolte, dei tempi previsti per le diverse fasi e dell'ammontare in valore delle ricerche ad hoc, secondo la metodologia descritta di seguito. Il primo anno di fornitura decorre dalla data che sarà fissata nel verbale di inizio attività.

L'approvazione del primo Piano esecutivo di ricerca, che sarà preventivamente concordato, sarà formalizzata all'Autorità con invio con PEC da parte del Fornitore entro i 15- 20 giorni solari successivi dall'inizio dell'anno di riferimento.

Successivamente, il Fornitore dovrà concordare con l'Autorità e predisporre per l'approvazione il Piano esecutivo di ricerca per ogni anno successivo al primo, di norma entro l'inizio dell'anno di riferimento. Ogni anno, l'approvazione del Piano esecutivo di ricerca sarà formalizzata all'Autorità entro i 15- 20 (quindici) giorni solari successivi alla consegna dello stesso, pertanto, di norma, entro la metà del primo mese di ciascun anno a cui il piano si riferisce.

Fermo restando gli obiettivi delle diverse indagini descritti nel presente Capitolato l'Autorità si riserva di chiedere modifiche alle pianificazioni proposte dal Fornitore concordando eventuali modifiche al calendario dei lavori, senza oneri economici aggiuntivi.

Il Fornitore è obbligato a recepire le modifiche richieste entro i 5 (cinque) giorni solari successivi alla richiesta.

Il Fornitore si impegna comunque, nel periodo necessario alla definizione ed approvazione delle pianificazioni, a svolgere le attività necessarie a garantire l'operatività e la continuità delle applicazioni, al fine di evitare interruzioni e disagi all'Autorità.

Tutti gli incontri che hanno per oggetto la pianificazione e il monitoraggio delle attività di rilevazione saranno tenuti presso la sede dell'Autorità.

Sono a carico del Fornitore le spese di trasporto, vitto e alloggio per i propri rappresentanti.

### ***Definizione delle specifiche, preventivazione e programmazione delle ricerche ad hoc***

Per ogni anno, il Piano esecutivo di ricerca deve contenere la definizione delle specifiche, la preventivazione e la programmazione delle ricerche ad hoc che verranno eseguite (o iniziate) nell'anno, oltre alla ripianificazione/aggiornamento delle ricerche ad hoc avviate nel semestre precedente ed eventualmente non ancora terminate.

L'Autorità indicherà, in fase di predisposizione del Piano esecutivo di ricerca, le ricerche che intende attivare nell'anno di riferimento tra quelle previste nel presente Capitolato, in relazione alle esigenze di regolazione e vigilanza dei settori energetici, indicando in particolare gli obiettivi di ciascuna indagine, la metodologia (CATI, CAWI) da utilizzare e il target dell'indagine (ad es.: utenza domestica, utenza non domestica, altro target specifico).

Ai fini della preventivazione, il Fornitore potrà, anche in base a interviste e colloqui con i responsabili di Unità e di Direzione interessati referenti delle diverse ricerche, proporre la definizione di eventuali *requisiti speciali* per le indagini previste per l'anno di riferimento.

Nel caso che tali requisiti speciali configurino un aumento dell'*effort* di ricerca rispetto al servizio-tipo, esso dovrà essere quantificato, nel limite massimo del 20% aggiuntivo del valore di ogni servizio di ricerca ad hoc (dichiarato in sede di gara) e sarà oggetto di approvazione specifica.

Il Piano esecutivo di ricerca sarà oggetto di approvazione da parte dell'Autorità.

Il Piano esecutivo di ricerca dovrà inoltre contenere la programmazione operativa per ciascuna ricerca ad hoc, con indicazione delle scadenze delle diverse fasi e dei relativi output (es: predisposizione questionario e campione, interviste pilota, fieldwork e controlli, elaborazione e report di ricerca).

### ***Aggiornamento del Piano esecutivo di ricerca in corso d'anno***

A fronte di particolari esigenze, anche per contingenze sopravvenute, l'Autorità si riserva di aggiornare il Piano esecutivo di ricerca in corso d'anno. In ogni caso saranno riconosciute le attività già svolte.

### ***5.3 Consuntivazione***

Con cadenza semestrale, entro i primi 15 giorni solari del mese successivo a quello che conclude ogni semestre della fornitura (il primo semestre della fornitura decorre dalla data di inizio del primo anno di pianificazione), dovrà essere predisposto e sottoposto all'approvazione dell'Autorità un apposito Report di consuntivazione semestrale, contenente, a fronte della pianificazione, l'evidenza delle attività effettivamente svolte, degli output rilasciati o dello stato di avanzamento delle attività in corso, i livelli di servizio registrati per ciascun servizio.

La consuntivazione semestrale costituisce la base per la fatturazione delle attività di ricerca svolte, secondo i prezzi stabiliti in sede di aggiudicazione di gara.

### ***5.4 Comunicazioni tra Committente e Fornitore***

Ogni comunicazione formale relativa alla gestione ed all'esecuzione del contratto dovrà essere indirizzata all'attenzione del referente dell'Autorità destinatario della comunicazione, per iscritto via posta elettronica.

L'Autorità si riserva di approvare i *deliverable* prodotti dal Fornitore secondo quanto previsto, per i vari servizi, nel presente Capitolato. Non è prevista approvazione per tacito assenso.

### ***5.5 Assicurazione Qualità***

Nell'esecuzione delle attività contrattualmente previste il Fornitore dovrà:

- rispettare i principi di assicurazione e di gestione della qualità della norma EN ISO 9001 rispetto alla quale gli è stata richiesta la certificazione;
- attenersi ed essere conforme a quanto previsto dal proprio Sistema di Gestione della Qualità e dai livelli qualitativi minimi (standard) stabiliti dal presente Capitolato.

## **Indicatori di qualità**

Gli indicatori atti a descrivere i livelli di qualità della fornitura sono definiti come segue:

- “prontezza” delle interviste ai clienti che hanno chiamato i *call center* delle imprese di vendita di energia elettrica e del gas: è richiesto di rispettare il tempo massimo di 3 giorni lavorativi per almeno il 90% delle interviste (per ogni indagine annuale);
- interviste non riscontrate in sede di controllo di qualità: è ammessa una tolleranza massima dell'1% per ogni ricerca ad hoc e per ogni indagine annuale di call back;
- rispetto dei tempi stabiliti nella pianificazione operativa: per le ricerche ad hoc saranno tollerati ritardi non superiori a una settimana, salvo diverso e specifico accordo con l'Autorità, per ogni progetto di ricerca di durata fino a 8 settimane, e non superiori a due settimane per ogni progetto di ricerca di durata complessiva superiore a 8 settimane;
- ulteriori indicatori e standard di qualità potranno essere definiti dal Fornitore nella formulazione del proprio progetto tecnico.

Nel caso in cui il Fornitore proponga, in sede di offerta o in corso di progetto, degli indicatori aggiuntivi rispetto a quelli elencati, o valori soglia migliorativi, tale nuovo profilo di qualità potrà essere assunto come base di riferimento per l'applicazione di penali, previste dal Capitolato Amministrativo.

Le modalità di calcolo e gli algoritmi applicati per i singoli indicatori, qualora non esaurientemente descritti nel presente Capitolato, sono sviluppati in sede contrattuale.

Il Fornitore deve consegnare all'Autorità al termine di ogni ricerca il Rapporto sui livelli di servizio effettivi che dovrà contenere la rendicontazione degli indicatori e in caso di superamento dei valori soglia, le motivazioni di tali superamenti e le azioni correttive intraprese. Sulla base della rendicontazione fornita nel Rapporto semestrale sui livelli di servizio effettivi, l'Autorità può applicare le penali previste nel Capitolato amministrativo.

### ***5.6 Trasferimento di know how al termine del periodo di fornitura***

Al termine del periodo di fornitura, o in caso di cessazione dell'attività per qualunque motivo nel corso del periodo di fornitura, il Fornitore dovrà, in modo concordato con l'Autorità, trasferire a personale dell'Autorità o a terzi da essa designati il know-how sulle attività condotte e tutta la documentazione tecnica ed operativa utile a consentire, in modo efficiente e senza interruzioni, l'eventuale prosecuzione delle attività. Ciò è richiesto in modo particolare negli ultimi due mesi di validità del contratto per quanto attiene alle indagini di controllo della *customer satisfaction* dei clienti delle imprese di vendita.

E' pertanto richiesto al Fornitore di predisporre un piano di trasferimento del know how e le relative modalità di erogazione. Tale piano è soggetto all'approvazione dell'Autorità; l'onere di predisposizione è a carico del Fornitore e dovrà tenere conto delle eventuali proposte che il Fornitore potrà fare in sede di offerta.

## **Appendice 1**

### **Informazioni metodologiche e tecniche sull'indagine di verifica della customer satisfaction dei clienti che si sono rivolti a call center delle imprese di vendita dell'energia elettrica e del gas**

## **Specifiche minime per la costruzione dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS**

Obiettivo principale dell'indagine è quello di monitorare e misurare in maniera continuativa la soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai call center delle principali aziende di vendita di energia elettrica e gas.

Il monitoraggio viene effettuato ai sensi dell'Allegato A alla delibera 21 luglio 2016 413/2016/R/com e smi "Nuovo testo integrato della regolazione della qualità commerciale dei servizi di vendita e modifiche alla regolazione della qualità commerciale del servizio di distribuzione dell'energia elettrica e del gas naturale, al codice di condotta commerciale e alla bolletta 2.0" (TIQV) con cui l'Autorità per la Regolazione energia reti e ambiente definisce gli obblighi di servizio per i call center delle aziende di vendita, standard generali di qualità dei servizi telefonici e un sistema di punteggi basati anche su un indicatore complessivo di soddisfazione risultante da indagini di Customer Satisfaction per la verifica dell'efficacia del servizio reso dagli operatori.

Dal 1° gennaio 2018 le rilevazioni fino ad ora effettuate prevedono una cadenza annuale. Sono coinvolti dall'indagine i venditori di energia elettrica e gas con più di 50.000 clienti finali e che ricevono più di 400 telefonate/giorno in media nel semestre precedente.

Come esito dell'indagine è previsto che sia stimato un valore dell'Indice Complessivo di Soddisfazione dei clienti (ICS) per ognuna delle aziende di vendita partecipanti; l'ICS rappresenta un indice sintetico comprensivo delle valutazioni su tutti i diversi fattori di qualità percepita sottoposti al giudizio dei clienti intervistati.

### **Metodologie di selezione del campione e di rilevazione**

Per verificare la soddisfazione dei clienti che si sono rivolti ai *call center*, l'indagine viene effettuata con la metodologia del *call back*, che consiste nel richiamare e intervistare a campione i clienti delle aziende di vendita di energia che hanno avuto esperienza diretta dell'utilizzo dei *call center*. La richiamata per l'intervista di verifica della soddisfazione avviene entro pochi giorni dalla chiamata del cliente al *call center*.

A questo scopo:

- tutte le aziende partecipanti all'indagine sono tenute a fornire l'elenco completo delle chiamate dei clienti che, in giorni prestabiliti secondo uno specifico calendario di campionamento, hanno contattato i loro *call center* commerciali;
- la società di ricerca entro tre giorni dalla ricezione di tali elenchi, realizza le interviste previste dal piano di campionamento.

La struttura campionaria e la sua numerosità, per ciascuna indagine semestrale, prevede:

- un campione di base – i cui costi di realizzazione sono finanziati direttamente dall'Autorità;
- eventuali lotti aggiuntivi di 300 casi per ciascun lotto (con possibilità di acquistare uno o più lotti), che le aziende partecipanti all'indagine possono acquistare per migliorare la stima campionaria, minimizzando l'errore statistico.

Per ogni azienda vengono calendarizzate 10 giornate (per le aziende il cui *call center* è aperto dal lunedì al venerdì) o 12 giornate (per le aziende con apertura del *call center* anche il sabato e/o la domenica).

Per il calcolo degli indici di "sistema", relativi al totale dell'universo di riferimento, in fase di elaborazione dei dati viene operata una ponderazione in base al numero effettivo di chiamate ricevute dalle singole imprese analizzate.



### L'indicatore di Soddisfazione ICS e le procedure per calcolarlo

L'indicatore ICS viene calcolato secondo la seguente procedura:

- individuazione di 6 fattori di qualità percepita da sottoporre al giudizio degli intervistati unitamente a un giudizio generale "overall"<sup>34</sup>;
- utilizzo di una metrica relativa 1 su tre livelli base per la rilevazione dello stato di soddisfazione dell'intervistato sui singoli fattori di qualità percepita: peggiore rispetto alle aspettative; uguale rispetto alle aspettative; migliore rispetto alle aspettative;
- determinazione di un peso per i singoli fattori, determinato con una procedura di regressione categorica tra i fattori di qualità e l'indice di soddisfazione *overall*, che riflette l'importanza che implicitamente i clienti annettono a ciascun fattore;
- costruzione di un indicatore complessivo di soddisfazione, calcolato come media ponderata dei livelli di soddisfazione di ogni singolo fattore (dato dalla quota di intervistati che dichiarano di non avere percepito uno scarto negativo tra le proprie aspettative e quanto ricevuto) usando i pesi descritti;
- valutazione *ex post* di una stima del margine di errore, determinato mediante una procedura statistica di *bootstrap* su 1000 campioni estratti con reimmissione a partire dal campione di indagine; il margine di errore è tanto maggiore quanto più elevata è la variabilità dell'indicatore in ciascun campione;
- determinazione del valore dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS da utilizzare ai fini della graduatoria, come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

La tabella seguente illustra lo storico dei fattori di qualità percepita e i coefficienti beta percentualizzati nelle ultime 2 edizioni di indagine

**Tab. 1 Fattori di soddisfazione considerati e il loro peso (Coefficienti beta percentualizzati)**

Fattori di soddisfazione considerati e il loro peso (Coefficienti beta percentualizzati)	2020	2021	2022
La capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile	37,3	37,6	34,4
La chiarezza delle risposte fornite	27,1	20	23,7
La semplicità del sistema di risposte automatiche per poter parlare con l'operatore	12	9,6	8,6
La cortesia degli operatori	11,5	11,4	13,3
Il tempo di attesa per parlare con l'operatore	6,7	7,5	6,8
Il tempo di attesa per trovare la linea libera	5,3	17,8	13,2

Per la determinazione dell'ICS di ogni singola azienda è stato sottratto dalla media campionaria l'errore statistico calcolato attraverso le procedure di bootstrap.

### Il calcolo della stima dell'indice ICS

Il calcolo della stima dell'indice ICS è definito come segue:

Siano:

**c** il numero di fattori di soddisfazione,

**v** il numero di fornitori oggetto d'indagine,

**n<sub>j</sub>** il numero di clienti intervistati del *j*-esimo fornitore (*j*=1..*v*),

<sup>34</sup> La metodologia sviluppata si è basata sulle disposizioni previste dalla norma UNI 11098:2003 "Sistemi di gestione per la qualità - Linee guida per la rilevazione della soddisfazione del cliente e per la misurazione degli indicatori del relativo processo".

$r_{ijk}$  la risposta sul livello di soddisfazione del  $i$ -esimo cliente del  $j$ -esimo fornitore per il  $k$ -esimo fattore ( $i=1..n_j$ ;  $j=1..v$ ;  $k=1..c$ ), con valore 1 = inferiore alle aspettative, 2 = in linea con le aspettative o 3 = superiore alle aspettative,

$s_{ijk}$  lo stato di soddisfazione del  $i$ -esimo cliente del  $j$ -esimo fornitore per il  $k$ -esimo fattore ( $i=1..n_j$ ;  $j=1..v$ ;  $k=1..c$ ): assume valori 1 se  $r_{ijk} = 2$  o 3, e 0 altrimenti,

$w_k$  il coefficiente beta standardizzato del  $k$ -esimo fattore calcolato dalla regressione categorica ( $k=1..c$ ),

allora  $n_{jk} = \sum_{i=1}^{n_j} n_{r_{ijk}}$  è la numerosità valida per la soddisfazione del  $j$ -esimo fornitore per il  $k$ -esimo

fattore, e  $s_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} s_{ijk}}{n_{jk}}$  è la quota di clienti soddisfatti del  $j$ -esimo fornitore per il  $k$ -esimo fattore; quindi

l'indice ICS del  $j$ -esimo fornitore si calcola come:

$$ICS_j = \sum_{k=1}^c \frac{w_k}{\sum_{k=1}^c w_k} \cdot s_{jk} \cdot 100$$

### Stima del margine di errore dell'indice ICS

Per stimare il margine di errore unilatero sinistro dell'indice ICS<sup>35</sup> si procede ad effettuare simulazioni *bootstrap*. I risultati dell'applicazione del bootstrap ai dati dell'indagine pilota sono risultati in linea con le aspettative e indicano che lo stimatore dell'ICS non è distorto.

Quale stima del margine di errore unilatero sinistro dell'indice si utilizza il 5° percentile della distribuzione *bootstrap* dell'indice ICS.

Più in dettaglio, per ciascun fornitore vengono estratti dal campione della rilevazione 1.000 campioni di numerosità pari allo stesso, con re-immissione. Per ciascuno dei 1.000 campioni *bootstrap* viene calcolata la stima dell'indice ICS come descritto sopra, tenendo quindi costanti i pesi  $w_k$ , derivati dalla regressione categorica effettuata. Ordinando i 1.000 indici ICS così ottenuti in ordine ascendente, la stima ICS' sarà la media tra il 50-esimo e il 51-esimo ICS.

<sup>35</sup> Il TIQV, che delinea le regole per lo svolgimento dell'indagine, assume che sia utilizzato il valore che l'indicatore ICS nel limite inferiore dell'intervallo di confidenza unilatero al 95% di probabilità della distribuzione campionaria di tale media ponderata.

## 2 Questionario “Indagine sulla qualità percepita dei servizi di call center delle società di vendita di energia elettrica e di gas”

Buongiorno, sono \_\_\_\_\_ di \_\_\_\_\_. Vorrei parlare con <nome da sample>.

[Nota per l'intervistatore: accettare di parlare esclusivamente con <nome da sample>!]

Stiamo svolgendo un'indagine per conto dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente.

L'indagine è rivolta alle persone che nell'ultima settimana hanno telefonato alla propria azienda del gas o dell'energia elettrica, nel suo caso <azienda da sample>.

[Nota per scriptwriter: prevedere un'uscita “non ho telefonato all'azienda”]

[Informativa Privacy]

X1. Posso procedere con l'intervista?

1. sì
2. no → <CHIUDERE>

### **SEZIONE A – MOTIVI E MODALITA' DI CONTATTO**

Vorrei parlare della sua telefonata a <azienda da sample> in data < data della chiamata> < fascia oraria della chiamata>.

A1. Prima di riuscire a parlare con l'operatore aveva provato a chiamare senza riuscirci?

1. sì, ho dovuto richiamare
2. no, sono riuscito a parlare al primo tentativo

A2. Dal momento in cui ha preso la linea si ricorda quanto tempo ha dovuto attendere al telefono prima di poter parlare con la persona giusta? Consideri anche il tempo dedicato ad ascoltare e rispondere al messaggio automatico dell'azienda.

1. pochi secondi (risposta immediata)
2. meno di due minuti
3. tra due e cinque minuti
4. oltre cinque minuti
5. non sa/non indica

A3. Nel complesso si ricorda quanto è durata la telefonata di cui stiamo parlando?

1. meno di due minuti
2. tra due e cinque minuti
3. tra cinque e dieci minuti
4. oltre dieci minuti
5. non ricorda

A4. Ha chiamato il call center per chiedere un'informazione, per sbrigare una pratica, per risolvere un problema o per fare un reclamo?

1. informazione
2. pratica
3. problema
4. reclamo
5. altro [specificare]

A5. Questa/o < *RISPOSTA DOM A.4.* > che cosa riguardava in particolare? *NON SUGGERIRE*<[Multipla]>

1. un nuovo contratto o subentro
2. la modifica o cessazione di un contratto
3. offerte commerciali
4. fatture o bollette
5. richiesta di appuntamento o visita di un tecnico
6. sollecito per un appuntamento non rispettato
7. lettura del contatore
8. richiesta informazioni sulle tariffe
9. altro [*specificare*]

A6. Questa è stata prima telefonata relativa ai motivi di cui stiamo parlando o era una chiamata successiva ad altre?

1. prima chiamata
2. chiamata successiva

<se A6. = 2 (chiamata successiva)>

A6.1. Le risposte che ha ricevuto nelle diverse telefonate fatte erano tra loro: [*LEGGERE*]

1. totalmente coerenti
2. abbastanza coerenti
3. poco coerenti, oppure
4. per niente coerenti?
5. [*non leggere*] non so/non ho ricevuto risposte

A.7. Con questa <Se A6=2 (chiamata successiva): ultima> telefonata è riuscito a risolvere le sue richieste?

1. sì
2. no

## **SEZIONE B - CUSTOMER SATISFACTION**

B.1. Nel complesso il servizio ricevuto con questa telefonata è stato peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

B.2. Parliamo ora delle principali caratteristiche del servizio telefonico che lei ha ricevuto.

Le citerò alcuni aspetti e dovrà dirmi per ognuno di essi se il servizio è stato migliore, uguale o peggiore di quanto si aspettava.

B2.1 Il tempo impiegato per trovare la linea libera è stato peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.1.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” \_\_\_\_\_ <Ammesso non so>

B2.2 La semplicità del sistema di risposte automatiche per poter parlare con l’operatore è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.2.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” \_\_\_\_\_ <Ammesso non so>

B2.3 Il tempo di attesa per parlare con l'operatore è stato peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.3.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” \_\_\_\_\_ <Ammesso non so>

B2.4 La cortesia degli operatori è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.4.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” \_\_\_\_\_ <Ammesso non so>

B2.5 La chiarezza delle risposte fornite è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.5.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” \_\_\_\_\_ <Ammesso non so>

B2.6 La capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.6.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” \_\_\_\_\_ <Ammesso non so>

<SEZIONE C DA SOTTOPORRE AL 10% DEGLI INTERVISTATI SCELTI IN MODO CASUALE>

**SEZIONE C. - ASPETTATIVE NEI CONFRONTI DELLA QUALITÀ E DELLE MODALITÀ DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO (QUESTA PARTE DEL QUESTIONARIO POTRÀ ESSERE MODIFICATA)**

Vorrei ora farle alcune domande sull'organizzazione del servizio.

- C1. Mi può dire secondo lei qual è il tempo di attesa limite che lei ritiene tollerabile prima di parlare con un operatore, incluso anche i tempi dei messaggi automatici?
1. non più di un minuto
  2. non più di un minuto e mezzo
  3. non più di due minuti
  4. non più di tre minuti
  5. non più di quattro minuti
  6. non più di cinque minuti
  7. oltre cinque minuti
- C2. Per quanto riguarda le giornate in cui è attivo il servizio secondo lei è necessario che sia aperto sei giorni la settimana compreso il sabato oppure è sufficiente l'apertura da lunedì a venerdì?
1. anche il sabato
  2. da lunedì a venerdì
- C3. Per quanto riguarda gli orari, secondo lei è necessario che il servizio sia attivo in orario d'ufficio, fino alle 20, oppure fino alle 22?
1. in orario d'ufficio
  2. fino alle 20
  3. fino alle 22
- C4. Parliamo dei risponditori automatici e dei messaggi preregistrati. Secondo lei, per poter parlare con un operatore a quante domande al massimo bisognerebbe rispondere schiacciando dei tasti del telefono?
1. un tasto
  2. due tasti
  3. tre tasti
  4. oltre tre tasti
  5. nessun tasto
- C5. Se trova occupato, cosa gradisce di più? [LEGGERE] <Presentare opzioni randomizzate>
1. ascoltare un messaggio che indichi il tempo di attesa previsto
  2. poter lasciare un numero di telefono per essere richiamato
  3. ascoltare un messaggio che suggerisca i momenti in cui gli operatori sono meno occupati
  4. [non leggere] non so / mi è indifferente
- C.6. Alcune aziende di energia elettrica e gas si stanno impegnando al massimo per poter permettere ai propri clienti di svolgere tutte le operazioni per telefono, internet, sportelli bancari o postali. Altre invece preferiscono potenziare di più gli sportelli aperti al pubblico sul territorio. Quale di queste due alternative preferisce?
1. maggiore sviluppo di internet e servizi web
  2. maggiore sviluppo degli sportelli sul territorio
  3. altro (specificare)
  4. non saprei

<A TUTTI:> **SEZIONE D - DOMANDE ANAGRAFICHE**

D1. Lei ha chiamato per un'utenza privata o un'utenza aziendale?

1. privata
2. aziendale → <D5>

D2. Abbiamo quasi finito. Qual è la sua professione?

1. Operaio
2. Impiegato/quadro
3. Insegnante/docente universitario
4. Dirigente
5. Imprenditore
6. Consulente/Libero professionista
7. Commerciante
8. Artigiano
9. Agricoltore
10. Altro Autonomo
11. Disoccupato/in cerca di prima occupazione
12. Casalinga,
13. Pensionato,
14. Altro in condizione non professionale [*studente, altro, ...*]
15. non indica

D3. Il suo ultimo titolo di studio è: [*leggere*]

1. Laurea
2. Diploma superiore
3. Diploma inferiore
4. Licenza elementare/nessuna scuola
5. [*non leggere*] non indica

D4. Qual è la sua età?

1. meno di 24 anni
2. 25-34 anni
3. 35-44 anni
4. 45-54 anni
5. 55-64 anni
6. 65-74 anni
7. 75-84 anni
8. 85 anni e oltre
9. non indica

D5. [*Senza chiedere:*] Sesso dell'intervistato

1. uomo
2. donna

<Se D1=1 (azienda):>

D6. Qual è il numero di addetti, Lei compreso, dell'Azienda in questione?

1. 1 addetto
2. 2 addetti
3. 3-5 addetti
4. 6-9 addetti
5. 10-19 addetti
6. 20-49 addetti
7. 50-249 addetti
8. 250 e oltre
9. non indica

La ringrazio per la collaborazione e le auguro una buona giornata/serata

### 3 Statistiche sul field

Nella seguente tabella sono riportate alcune statistiche sui dati forniti dalle imprese di vendita necessari per il campionamento.

**Tab. 2 Campione lordo e netto, esito contatti e interviste**

	<b>ANNO 2020</b>	<b>%</b>	<b>ANNO 2021</b>	<b>%</b>	<b>ANNO 2022</b>	<b>%</b>
<b>Numero di record inviati</b>	434.860	100%	380.354	100%	439.802	100%
<b>Record esclusi (senza nominativo, data, fascia oraria etc)</b>	25.129	5,8%	15.307	4,0%	24.023	5,5%
<b>Record disponibili</b>	409.731	94,2%	365.047	96%	415.779	94,5%
<b>Totale recapiti movimentati</b>	83.838	20,5%	66.610	18,2%	62.622	15,1%
<b>Numero inesistente o errato, fax</b>	2.266	2,7%	2.361	3,5%	1.804	2,9%
<b>Intervistando non reperibile entro il giorno di scadenza</b>	101	0,1%	96	0,1%	111	0,2%
<b>Intervistando nega di aver telefonato all'azienda</b>	1.376	1,6%	1.496	2,2%	1.290	2,1%
<b>Rifiuto</b>	9.622	11,5%	9.900	1,9%	7.099	11,3%
<b>Occupato/ non risponde dopo oltre 5 tentativi</b>	444	0,5%	1.363	2,2%	3.265	5,2%
<b>Occupato/ non risponde dopo con 5 o meno tentativi</b>	49.552	59,1%	30.004	45,0%	28.141	44,9%
<b>Appuntamento</b>	2.513	3,0%	3.844	5,8%	4.163	6,6%
<b>Interviste complete</b>	17.964	21,4%	17.544	26,3%	16.749	26,7%
- di cui complete il primo giorno	12.296	68,4%	15.312	87,3%	7.208	43%
- di cui complete il terzo giorno	17.964	100%	17.544	100%	16.749	100%



## Appendice 2

### **Informazioni metodologiche e tecniche sull'indagine di verifica della customer satisfaction per le risposte scritte ai reclami e alle richieste di informazione**

## **Specifiche minime per la costruzione dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS**

Obiettivo principale dell'indagine è quello di monitorare e misurare in maniera continuativa la soddisfazione dei clienti che hanno presentato un reclamo o una richiesta di informazione al proprio venditore di energia elettrica e gas e hanno ricevuto risposta.

Il monitoraggio viene effettuato ai sensi dell'Allegato A alla delibera 21 luglio 2016 413/2016/R/com e ssmm *“Nuovo testo integrato della regolazione della qualità commerciale dei servizi di vendita e modifiche alla regolazione della qualità commerciale del servizio di distribuzione dell'energia elettrica e del gas naturale, al codice di condotta commerciale e alla bolletta 2.0”* (TIQV) con cui l'Autorità per la Regolazione Energia Reti e Ambiente prevede l'effettuazione di una indagine di customer satisfaction per la verifica dell'efficacia del servizio reso dagli operatori.

Come esito dell'indagine è previsto che sia stimato un valore dell'Indice Complessivo di Soddisfazione dei clienti (ICS) per ognuna delle aziende di vendita partecipanti; l'ICS rappresenta un indice sintetico comprensivo delle valutazioni su tutti i diversi fattori di qualità percepita sottoposti al giudizio dei clienti intervistati.

### **Metodologie di selezione del campione e di rilevazione**

Per verificare la soddisfazione dei clienti che hanno ricevuto una risposta ad un reclamo o a una richiesta di informazione, l'indagine viene effettuata con la metodologia del *call back*, che consiste nel richiamare e intervistare a campione i clienti delle aziende di vendita di energia che hanno avuto esperienza diretta. La richiamata per l'intervista di verifica della soddisfazione avviene entro pochi giorni dal ricevimento della risposta scritta.

A questo scopo:

- tutte le aziende partecipanti all'indagine sono tenute a fornire l'elenco dei clienti che, nei precedenti 5-7 giorni prestabiliti secondo uno specifico calendario di campionamento, hanno ricevuto una risposta scritta;
- la società di ricerca entro cinque giorni dalla ricezione di tali elenchi realizza le interviste previste dal piano di campionamento.

Partecipano all'indagine le sole aziende di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano registrato nell'anno precedente un numero di risposte reclami e richieste di informazioni sufficiente a generare un numero di interviste complete tali da soddisfare la quota (indicativamente una quindicina di aziende per 200 interviste). Alla luce dell'esperienza delle edizioni di indagine che nel frattempo verranno completate potranno essere eventualmente rideterminate le soglie di partecipazione.

Per ogni azienda vengono calendarizzate nel periodo almeno 5/6 richieste.

### **L'indicatore di Soddisfazione ICS e le procedure per calcolarlo**

L'indicatore ICS viene calcolato secondo la seguente procedura:

- individuazione di 8 fattori di qualità percepita da sottoporre al giudizio degli intervistati unitamente a un giudizio generale “overall”;
- utilizzo di una metrica relativa su tre livelli base per la rilevazione dello stato di soddisfazione dell'intervistato sui singoli fattori di qualità percepita: peggiore rispetto alle aspettative; uguale rispetto alle aspettative; migliore rispetto alle aspettative;
- determinazione di un peso per i singoli fattori, determinato con una specifica domanda che riflette l'importanza che esplicitamente i clienti annettono a ciascun fattore; i pesi determinati sono riepilogati nella seguente tabella:

**Tab. 3 Fattori della qualità e pesi**

FATTORE	Peso 2020 <sup>36</sup>	Peso 2021
Comprensibilità e chiarezza del linguaggio	27,8	28,3
La precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza	15,9	16,5
La precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo	19,7	20,1
La chiara indicazione di un referente aziendale per chiarimenti	20,4	21,6
Le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo	29,2	31,1
La documentazione allegata	10,4	9,1
La chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto	41,4	37,8
La completezza delle indicazioni sui modi in cui il reclamo sarà risolto	31,5	32,4

- costruzione di un indicatore complessivo di soddisfazione, calcolato come media ponderata dei livelli di soddisfazione di ogni singolo fattore (dato dalla quota di intervistati che dichiarano di non avere percepito uno scarto negativo tra le proprie aspettative e quanto ricevuto) usando i pesi descritti;
- valutazione ex post di una stima del margine di errore, determinato mediante una procedura statistica di bootstrap su 1000 campioni estratti con reimmissione a partire dal campione di indagine; il margine di errore è tanto maggiore quanto più elevata è la variabilità dell'indicatore in ciascun campione;
- determinazione del valore dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS da utilizzare ai fini della graduatoria, come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.
- Per la determinazione dell'ICS di ogni singola azienda è stato sottratto dalla media campionaria l'errore statistico calcolato attraverso le procedure di bootstrap.

### Il calcolo della stima dell'indice ICS

Il calcolo della stima dell'indice ICS è definito come segue:

- Siano:

**c** il numero di fattori di soddisfazione,

**v** il numero di aziende di vendita oggetto d'indagine,

**n<sub>j</sub>** il numero di clienti intervistati della *j*-esima aziende di vendita (*j=1..v*),

**r<sub>ijk</sub>** la risposta sul livello di soddisfazione del *i*-esimo cliente del *j*-esimo fornitore per il *k*-esimo fattore (*i=1..n<sub>j</sub>*; *j=1..v*; *k=1..c*), con valore 1 = inferiore alle aspettative, 2 = in linea con le aspettative o 3 = superiore alle aspettative,

**s<sub>ijk</sub>** lo stato di soddisfazione del *i*-esimo cliente della *j*-esima azienda per il *k*-esimo fattore (*i=1..n<sub>j</sub>*; *j=1..v*; *k=1..c*): assume valori 1 se  $r_{ijk} = 2$  o 3, e 0 altrimenti,

**w<sub>k</sub>** il peso del *k*-esimo fattore assegnato dai clienti (*k=1..c*), calcolato sulla base delle risposte alla domanda del questionario che chiede ai clienti stessi di indicare i tre fattori più importanti tra i 7 valutati.

<sup>36</sup> I pesi non sono fissi ma variano in relazione alle risposte dei clienti nell'indagine; quelli mostrati ad esempio nella tabella sono riferiti i dati delle ultime indagini svolte disponibili.

allora  $n_{jk} = \sum_{i=1}^{n_j} n_{r_{ijk}}$  è la numerosità valida per la soddisfazione  $j$ -esima aziende di vendita per il  $k$ -

esimo fattore, e  $s_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} s_{ijk}}{n_{jk}}$  è la *quota di clienti soddisfatti*  $j$ -esima aziende di vendita per il  $k$ -esimo

fattore; quindi l'indice ICS della  $j$ -esima aziende di vendita si calcola come:

$$ICS_j = \sum_{k=1}^c \frac{w_k}{\sum_{k=1}^c w_k} \cdot s_{jk} \cdot 100$$

## **Questionario di rilevazione CATI presso i clienti finali che hanno inoltrato un reclamo e ricevuto una risposta**

### **INTRODUZIONE**

Buongiorno/Buonasera sono (nome intervistatore) della società \_\_\_\_\_ che è stata incaricata dall'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente della realizzazione di una indagine di soddisfazione presso i clienti che hanno presentato un reclamo scritto alle aziende di vendita di energia elettrica e gas negli ultimi mesi e che hanno ricevuto una risposta scritta.

*[Informativa privacy]*

*[NOTA PER L'INTERVISTATORE: Se l'intervistato dichiara di non aver ancora ricevuto risposta scritta al reclamo, fissare un appuntamento per una data successiva]*

### **SEZIONE: INFORMAZIONI GENERALI**

#### **S.0. [DA SAMPLE] NOME AZIENDA DI VENDITA**

#### **S.1. [DA SAMPLE – CAMPO 7] MODALITÀ DI RISPOSTA**

#### **S.2. In primo luogo le chiederei se Lei è il cliente titolare del contratto che ha presentato il reclamo o la persona delegata dal cliente per presentare il reclamo**

1. Il cliente titolare del contratto
2. Un delegato (parente, amico, etc.)
3. Un delegato professionale (avvocato, commercialista, consulente, associazione dei consumatori, etc.)

#### **S.3. Può inoltre indicarmi se il reclamo scritto che ha presentato (o che ha presentato per conto di.....) riguardava un'utenza privata oppure business?**

1. Privata
2. Business

### **SEZIONE A: MOTIVI PER CUI È STATO FATTO IL RECLAMO E GENERALE LIVELLO DI SODDISFAZIONE**

#### **A.1. Innanzitutto può dirmi i motivi per cui ha presentato il reclamo scritto a [S.0 AZIENDA DI VENDITA]? *[RISPOSTA MULTIPLA – SPONTANEA - NON LEGGERE]***

*[NOTA: la lista che segue rappresenta la post codifica che deve essere fatta a cura dell'intervistatore]*

1. Contratti (Recesso / Volture / Subentri / Modifiche unilaterali del venditore)
2. Morosità o sospensione della fornitura (tra cui: addebito di fatture insolute o arretrate del vecchio fornitore)
3. Mercato (Presunti contratti non richiesti / Cambio fornitore / Condizioni economiche nuovi contratti / Doppia fatturazione)
4. Fatturazione (Autolettura / Ricalcoli/ Consumi stimati errati / Periodicità fattura di chiusura / Pagamenti e rimborsi)
5. Misura (Cambio misuratore / Verifica misuratore o ricostruzioni dei consumi / Mancate letture...)

6. Connessioni lavori e qualità tecnica (Preventivi / Attivazioni / Lavori / Continuità / Valori tensione o pressione / Sicurezza)
7. Bonus Sociale (Validazioni / Cessazioni / Erogazioni)
8. Qualità commerciale (Servizio clienti – Call Center, sportelli altri servizi / Indennizzi)
9. Altro (specificare) \_\_\_\_\_

*[Codificare accuratamente i motivi; verranno utilizzati in fase di elaborazione dei risultati sui livelli di soddisfazione per analizzare se esistono relazioni]*

**A.2. Prima di presentare questo reclamo scritto ha tentato di risolvere il problema in un altro modo? [RISPOSTA MULTIPLA – SPONTANEA - NON LEGGERE; LA MODALITÀ 7 ESCLUDE TUTTE LE ALTRE]**

1. Si è rivolto al call center dell'azienda
2. Ha mandato un precedente reclamo scritto
3. Si è rivolto ad un'Associazione dei consumatori
4. Si è rivolto allo sportello del consumatore dell'Autorità per avere informazioni
5. Si è rivolto al suo legale di fiducia / commercialista
6. Altro (specificare) \_\_\_\_\_
7. Ha scritto subito il reclamo

**A.3. Lei dovrebbe avere ricevuto una [S.1 MODALITÀ DI RISPOSTA: risposta scritta o email] con cui veniva comunicato l'esito del suo reclamo.**

**Si ricorda quanto tempo è passato dalla presentazione del reclamo alla ricezione della risposta?**

1. Una o due settimane
2. Tra due settimane e un mese
3. Oltre un mese ma meno di tre mesi
4. Oltre tre mesi
5. Non ricordo
6. Non ho ancora ricevuto risposta → FISSARE UN APPUNTAMENTO

**[SE A.3. < 5]**

**A.4. Questo tempo di risposta è:**

1. Adeguato
2. Un po' lungo ma accettabile
3. Eccessivamente lungo

**A.5. E la risposta che ha ricevuto Lei la giudica complessivamente:**

1. Totalmente soddisfacente
2. Abbastanza soddisfacente
3. Insoddisfacente
4. Gravemente insoddisfacente

**[SE A.5. > 2]**

**A.6. Quali sono i motivi principali per cui giudica insoddisfacente la risposta?**

**[RISPOSTA APERTA – MULTIPLA - SPONTANEA]**

[NOTA: Possibili post codifiche a cura dell'intervistatore]

1. Non hanno risolto il problema che avevo presentato
2. Non hanno risposto ai veri motivi del mio reclamo
3. Sono stati poco chiari/trasparenti nelle risposte
4. Non mi hanno dato la possibilità di chiedere spiegazioni sulla risposta fornita
5. La risposta riguardava solo una parte del mio reclamo
6. Mi hanno risposto che la responsabilità del disservizio/problema segnalato non è di loro competenza
7. Altro (specificare) \_\_\_\_\_

## SEZIONE B: CUSTOMER SATISFACTION SULLA RISPOSTA AL RECLAMO

Entriamo ora più nel dettaglio e in particolare sugli aspetti relativi alla risposta scritta che ha ricevuto.

Le indicherò ora una serie di aspetti e di fattori di qualità. Lei dovrebbe dirmi se, secondo la sua esperienza diretta considera ciascun fattore adeguato, migliore o peggiore rispetto alla sue aspettative.

### **B.1. Elenco fattori QUALITÀ**

1. La comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta
2. La precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo
3. La precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato
4. La chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti
5. Le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo
6. La documentazione allegata
7. La chiarezza sui tempi in cui il problema verrà risolto
8. La completezza delle indicazioni sui modi in cui il problema verrà risolto

### **B.2. Elenco fattori QUALITÀ**

9. [SE A.1 = 2 – MOROSITÀ] La completezza della documentazione inviata dall'azienda in relazione alle fatture insolute e alla procedura di messa in mora
10. [SE A.1 = 4 – ERRORI DI FATTURAZIONE] Il dettaglio e la chiarezza dei meccanismi di ricalcolo degli importi della fattura
11. [SE A.1 = 5 – ERRORI DI MISURA] La precisione della documentazione di dettaglio fornita in merito a tempistiche e modalità di rilevazione dei consumi effettivi e/o di calcolo dei consumi stimati

<I fattori di soddisfazione sono presentati secondo lo schema seguente:>

1. Adeguato	
2. Migliore	
3. Peggiore →	<p>B.1.A. Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è "poco grave" e 5 è "gravissimo"</p> <p>B.2.A.</p> <p style="text-align: center;">[ 1.] [ 2.] [ 3.] [ 4.] [ 5.]</p>

**B.3. Tra i fattori di qualità specifici sui quali abbiamo raccolto il suo giudizio mi può dire i tre più importanti (cioè quelli per cui la mancanza da parte dell'azienda determina una forte insoddisfazione)?**

**[RISPOSTA APERTA – INDICARE MAX 3]**

*[NOTA: La postcodifica dell'intervistatore dovrebbe attenersi il più possibile ai fattori di qualità sui quali si è raccolto il giudizio per poter elaborare il ranking di importanza dei diversi fattori di qualità al fine del calcolo del CSI.]*

1. La comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta
2. La precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo
3. La precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato
4. La chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti
5. Le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo
6. La documentazione allegata
7. La chiarezza sui tempi in cui il problema verrà risolto
8. La completezza delle indicazioni sui modi in cui il problema verrà risolto
9. [SE A.1 = 2 – MOROSITÀ] La completezza della documentazione inviata dall'azienda in relazione alle fatture insolute e alla procedura di messa in mora
10. [SE A.1 = 4 – ERRORI DI FATTURAZIONE] Il dettaglio e la chiarezza dei meccanismi di ricalcolo degli importi della fattura
11. [SE A.1 = 5 – ERRORI DI MISURA] La precisione della documentazione di dettaglio fornita in merito a tempistiche e modalità di rilevazione dei consumi effettivi e/o di calcolo dei consumi stimati
12. Oltre a quelli citati c'è qualche altro fattore che vuole indicarci? \_\_\_\_\_

**SEZIONE C: INDICAZIONE DI RESPONSABILITÀ DEL DISTRIBUTORE O ALTRI SOGGETTI, CONOSCENZA STANDARD E INDENNIZZI**

C.1. Nella risposta scritta che ha ricevuto l'azienda ha indicato anche responsabilità di altri enti o organizzazioni quali ad esempio la società di distribuzione dell'energia o del gas?

1. Sì
2. No

[SE C.1. = 1]

C.2. Secondo Lei le informazioni fornite a proposito sono state

1. Molto chiare
2. Abbastanza chiare
3. Poco chiare
4. Per nulla chiare

C.3. Lei sa che esistono degli standard di qualità della risposta ai reclami e che se l'azienda viola questi standard il cliente ha diritto a degli indennizzi automatici?

1. Sì
2. Ne ho sentito parlare ma non saprei quali sono
3. No

[SE C.3. = 1]

C.4. Lei sa cosa riguardano questi standard? [NON SUGGERIRE]



1. I tempi di risposta ai reclami
2. La completezza delle risposte scritte
3. La comprensibilità delle risposte scritte
4. Altro (specificare) \_\_\_\_\_

C.5. Nella risposta scritta che ha ricevuto ha visto anche le informazioni sugli indennizzi spettanti al cliente per il mancato rispetto da parte dell'azienda degli standard sui tempi di risposta?

1. Sì
2. No

[SE C.5. = 1]

C.6. Secondo Lei le informazioni fornite a proposito sono state

1. Molto chiare
2. Abbastanza chiare
3. Poco chiare
4. Per nulla chiare

#### SEZIONE X: DOMANDE ANAGRAFICHE

[SE S.3. = 1 – PRIVATO domande da X.1. a X.4.]

X.1. Abbiamo quasi finito. Qual è la sua professione?

- Operaio
- Impiegato/Quadro
- Insegnante/Docente universitario
- Dirigente
- Imprenditore
- Consulente/Libero professionista
- Commerciante
- Artigiano
- Agricoltore
- Altro Autonomo
- Disoccupato/In cerca di prima occupazione
- Casalinga
- Pensionato
- Altro in condizione non professionale [studente, benestante,...]
- Non indica

X.2. Il suo ultimo titolo di studio è: [*LEGGERE*]

- Laurea
- Diploma superiore
- Diploma inferiore
- Licenza elementare/Nessuna scuola
- [*NON LEGGERE*] Non indica

X.3. Qual è la sua età?

- Meno di 24 anni
- 25-34 anni
- 35-44 anni
- 45-54 anni
- 55-64 anni
- 65-74 anni
- 75-84 anni
- 85 anni e oltre
- Non indica

X.4. [SENZA CHIEDERE] Sesso dell'intervistato

1. Uomo
2. Donna

[SE S.3. = 2 – BUSINESS]

X.5. Qual è il numero di addetti, Lei compreso, dell'Azienda in questione?

- 1 addetto
- 2 addetti
- 3-5 addetti
- 6-9 addetti
- 10-19 addetti
- 20-49 addetti
- 50-249 addetti
- 250 e oltre
- Non indica

La ringrazio della collaborazione e Le auguro una buona giornata/serata.