

DETERMINAZIONE DACU N. 15/2018

Modalità di partecipazione all'indagine di soddisfazione dei clienti finali di energia elettrica e gas che si rivolgono ai call center – Istruzioni operative

IL DIRETTORE DELLA DIREZIONE ADVOCACY CONSUMATORI E UTENTI

Visti:

- la legge 14 novembre 1995 n.481/95;
- il Regolamento (UE) del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016, n. 2016/679/UE;
- il Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV) (di seguito: TIQV), Allegato A alla deliberazione dell'Autorità 21 luglio 2016, 413/2016/R/com e smi (di seguito: deliberazione 413/2016/R/com);
- la deliberazione dell'Autorità dell'1 febbraio 2018 42/2018/A;
- la determinazione 3 febbraio 2015 2/2015 - DCCA recante “Modalità di partecipazione all'indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center – istruzioni operative” (di seguito: determinazione 2/DCCA/2015);
- la determinazione 11 giugno 2018 145/2018 – DAGR di avvio di una procedura di gara negoziata finalizzata all'affidamento di un servizio di ricerca di mercato per l'Autorità di regolazione per energia reti e ambiente;
- la determinazione 26 luglio 2018 193/2018 – DAGR di aggiudicazione alla società Istituto Piepoli S.p.a., della procedura di gara negoziata CIG 75240312CD. (di seguito: determinazione 193/DAGR/2018).

Considerato che:

- l'articolo 31 del TIQV prevede che l'Autorità effettui con cadenza annuale un'indagine di soddisfazione sui clienti che si rivolgono ai call center dei venditori di energia elettrica e di gas (di seguito: venditori);
- il comma 31.2 del TIQV stabilisce che ogni venditore fornisca gli elenchi dei clienti finali che hanno parlato con un operatore di call center necessari per l'effettuazione dell'indagine, secondo istruzioni operative definite con determinazione del Direttore della Direzione Advocacy Consumatori e Utenti (DACU);
- sono esonerati dall'indagine i venditori i cui call center abbiano ricevuto, nell'anno precedente, un numero medio di chiamate telefoniche inferiore a 400/giorno, calcolato con riferimento al numero di ore di apertura del call center e ai fini dell'esonero il venditore, entro il 28 febbraio, è tenuto a comunicare le chiamate ricevute ai propri call center nell'anno precedente;

- con la determinazione 2/DCCA/2015 sono state approvate le modalità di partecipazione e le istruzioni operative dell'indagine di soddisfazione dei clienti che si sono rivolti ai call center delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas per le indagini che si sono svolte dal 1° semestre 2015;
- ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali il trattamento delle informazioni e dei dati personali trattati dall'Autorità, nell'esecuzione dei compiti di interesse pubblico o comunque connessi all'esercizio dei propri poteri, e necessari per l'esecuzione dei compiti affidati dalla legge 481/95 e ss. mm. richiede di prevedere un'apposita informativa che i venditori dovranno dare ai clienti coinvolti nell'indagine sia durante l'attesa per parlare con un operatore sia tramite pubblicazione sul proprio sito internet.

Considerato inoltre che:

- il comma 31.4 del TIQV prevede altresì che i venditori possano, con modalità definite con determinazione del Direttore della Direzione Advocacy Consumatori e Utenti, compartecipare alla realizzazione dell'indagine di soddisfazione dei clienti aumentando, a proprie spese, il numero di interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità;
- con la determinazione 193/DAGR/2018 l'Autorità ha proceduto all'aggiudicazione alla società Istituto Piepoli della procedura di gara negoziata CIG 75240312CD finalizzata alla selezione di un operatore economico con il quale stipulare un contratto per lo svolgimento di servizi di ricerca di mercato per l'Autorità;
- in data 30 luglio 2018 è stato stipulato tra l'Autorità e Istituto Piepoli il sopra citato contratto, avente ad oggetto lo svolgimento dei servizi di ricerca di mercato di cui al precedente punto;

Ritenuto opportuno:

- procedere alla determinazione di quanto previsto dai commi 2 e 4 dell'articolo 31 del TIQV in materia di partecipazione all'indagine, esonero, e compartecipazione all'indagine tramite acquisto di lotti aggiuntivi ed in tema di istruzioni operative per l'effettuazione delle indagini che si svolgeranno a partire dal mese di settembre 2018;

DETERMINA

1. di approvare, ai sensi dei commi 2 e 4 dell'articolo 31 del TIQV le modalità di partecipazione all'indagine di soddisfazione dei clienti che si sono rivolti ai call center delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas di cui all'Allegato A alla presente determinazione valide a partire dalle indagini effettuate da ottobre 2018 e che costituiscono parte integrante e sostanziale della presente determinazione;

2. di abrogare la determinazione 3 febbraio 2015 2/2015-DCCA recante “Modalità di partecipazione all’indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center – istruzioni operative”;
3. di pubblicare il presente provvedimento, completo dell’Allegato A sul sito internet dell’Autorità www.arera.it.

Milano, 5 ottobre 2018

Il Direttore
Roberto Malaman

Allegato A

ISTRUZIONI OPERATIVE PER LA PARTECIPAZIONE ALL'INDAGINE DI SODDISFAZIONE DEI CLIENTI FINALI DI ENERGIA ELETTRICA E GAS CHE SI RIVOLGONO AI CALL CENTER

(articolo 31 del “Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV)” Allegato A alla deliberazione dell’Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico 21 luglio 2016, 413/2016/R/com e smi)

Premessa

L’Autorità per la Regolazione di Energia, Reti e Ambiente effettua annualmente una **indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center** dei venditori di energia elettrica e gas. Per dare attuazione all’articolo 31 del Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV) Allegato A alla deliberazione dell’Autorità 413/2016/R/com e smi,

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

Si rammenta che l’indagine ha le seguenti caratteristiche:

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

Le presenti istruzioni operative sono valide a partire dall'indagine che viene effettuata per l'anno 2018 e tengono conto dell'esperienza delle indagini svolte precedentemente.

1. Venditori coinvolti nell'indagine

Partecipano all'indagine i soli venditori di energia elettrica e/o di gas **con più di 50.000 clienti finali**¹ che abbiano ricevuto nell'anno precedente un **numero medio di chiamate telefoniche superiore a 400/giorno**.

I venditori di energia elettrica e di gas che hanno raggiunto la soglia di clienti prevista per la partecipazione ma che hanno un numero medio di chiamate telefoniche inferiore a 400/giorno (secondo i dati comunicati entro il 28 febbraio) sono esonerati dall'indagine.

I venditori di energia elettrica e/o di gas che ricadono nelle condizioni di **esonero** dall'indagine (in base ai dati già comunicati all'Autorità) non verranno abilitati all'area operativa e di conseguenza non parteciperanno all'indagine. Ai fini dell'esonero verranno infatti considerati i dati già comunicati relativi alle chiamate ricevute ai propri call center nell'anno precedente.

L'esonero dall'indagine NON comporta l'esclusione dall'obbligo della comunicazione dei dati di qualità dei servizi telefonici secondo le scadenze semestrali (28 febbraio e 30 settembre di ciascun anno) previste dal TIQV.

2. Comunicazione di dati necessari per la partecipazione all'indagine (Modulo per la partecipazione all'indagine)

I venditori di energia elettrica e/o di gas che partecipano all'indagine verranno abilitati all'accesso all'area operativa (verranno considerati i dati già comunicati relativi alle **chiamate ricevute** ai propri call center nell'anno precedente già trasmessi all'Autorità) e trasmettono le sole informazioni di base necessarie compilando il modulo per la partecipazione (Allegato 1).

Il numero di clienti finali e il numero di chiamate ricevute già trasmessi all'Autorità saranno considerati per determinare il campione e la quota di interviste per ciascuna azienda.

Il modulo dovrà essere **caricato nell'area operativa** dedicata all'indagine sulla qualità dei call center nella fase iniziale. A tal fine le aziende abilitate all'accesso dell'area operativa ricevono una mail che le informa dell'avvio dell'indagine.

Le informazioni che dovranno essere fornite attraverso il modulo riguardano:

- **i numeri telefonici** dei *call center* interessati dall'indagine;
 - nel caso siano messi a disposizione dei clienti più di un numero telefonico, occorrerà specificare per ciascuno di essi a quale tipologia di clientela sono

¹ La soglia di clienti finali si intende raggiunta, secondo quanto previsto dall'articolo 30.3 e 30.4 del TIQV, conteggiando la somma dei clienti finali alimentati in bassa tensione per il servizio elettrico e in bassa pressione per il servizio gas.

dedicati e i giorni in cui è attivo il servizio con operatore (es: lunedì-venerdì o lunedì-sabato o lunedì-domenica);

- nel caso in cui l'impresa di vendita abbia più numeri telefonici di call center differenziati in base alla tipologia della clientela, il file dati che verrà fornito dovrà contenere i dati relativi alle chiamate pervenute a tutti i numeri di call center interessati dall'indagine (indicando nell'apposito campo 8 del file excel trasmesso a quale numero telefonico si riferisce la chiamata);

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

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

Ai sensi comma 31.3 del TIQV, per ogni venditore in esito a ciascuna indagine semestrale, sarà determinato un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS, variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati dall'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

Il comma 31.4 del TIQV prevede che le imprese di vendita possano contribuire con proprie risorse finanziarie all'effettuazione di interviste aggiuntive, al fine di **ridurre il margine di errore di stima a parità di livello di confidenza**.

Le imprese di vendita, partecipanti all'indagine, interessate ad aumentare il numero delle interviste effettuate, rispetto al minimo assicurato dall'Autorità (e determinato in base al numero di aziende partecipanti, al numero di clienti e al numero di chiamate ricevute) **possono acquistare lotti di interviste aggiuntive** (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia della quota di base.

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

Le imprese che intendono avvalersi della possibilità di ampliare il numero di interviste dovranno comunicare attraverso il modulo di partecipazione il numero di lotti che intendono acquistare al prezzo determinato dalla gara condotta dall'Autorità, fissato in **2.160,00 Euro più Iva a lotto**.

La società di ricerca confermerà direttamente alle aziende l'ordine e l'importo complessivo (in relazione al numero di lotti acquistati), che verrà successivamente **fatturato direttamente alle imprese stesse**.

4. Svolgimento dell'indagine

La società di ricerca che effettua l'indagine stabilirà un calendario di indagine, in relazione al numero delle aziende partecipanti, che prevede che ogni venditore debba essere interessato dall'indagine 6 volte e in un numero di giornate doppio rispetto alle giornate in cui è aperto il call center (due lunedì, due martedì, etc.; due sabati solo per i venditori il cui call center è aperto il sabato²). L'indagine si svolgerà su un arco di un minimo di 8 settimane ad un massimo di 12-18 settimane (dipendenti anche dalle festività e ponti distribuiti nel periodo di svolgimento dell'indagine).

Nel corso dell'indagine, verranno richiesti con un preavviso di 3 giorni lavorativi:

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

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

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

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

² I venditori che hanno servizi telefonici e call center aperti anche la domenica aggregano le chiamate della domenica al gruppo di giorni venerdì e sabato.

	di giornate della settimana aggregando la domenica al sabato (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, da venerdì a domenica)
--	---

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

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

Per l'effettuazione dell'indagine viene utilizzata "**l'area operativa per l'indagine dei call center**".

I *files* contenente i nominativi e i telefoni dei clienti devono essere trasmessi dalle aziende alla società che svolge l'indagine **unicamente** tramite l'area appositamente predisposta.

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

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

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

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

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

³ Per informazioni dettagliate sulla creazione di utenze vedere il Manuale d'uso del sistema "Anagrafica operatori" disponibile sul sito internet dell'Autorità all'indirizzo:
https://www.arera.it/allegati/operatori/raccolte_dati/istr_anagrafica.pdf.

Il sistema telematico provvede in automatico ad inviare una e-mail di conferma della messa a disposizione da parte dell'impresa di vendita del file dati alla società di ricerca e per conoscenza all'Autorità.

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

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

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

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

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

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

Nella fase di test le imprese dovranno attenersi alle regole di trasmissione di cui ai punti 5, 6 e 7 ed inserire nell'IVR l'informativa di cui al successivo punto 10.

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

Se la fase di test producesse un rapporto di check dei file trasmessi con “**non conformità**” le aziende interessate dovranno risolvere le anomalie ed inviare un nuovo file alla società di ricerca prima della partenza dell'indagine.

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

Per lo svolgimento dell'indagine, ognuna delle aziende di vendita partecipanti dovrà rendere disponibile, su richiesta della società di ricerca **un file in formato Excel**, contenente i campi riportati nella tabella 1, per ciascuna delle chiamate telefoniche al *call center* che hanno dato luogo ad una conversazione con l'operatore e che sono oggetto dell'indagine.

Per agevolare la rintracciabilità dei file si suggerisce di **nominare i file excel con i dati con la seguente denominazione: “nomeazienda_gmmaa.xls”**, dove gmmaa è la data del **primo giorno** della coppia (giorno singolo o terna) di giorni alla quale si riferiscono i dati contenuti nel file.

Le liste di clienti trasmesse alla società di ricerca dovranno rigorosamente essere **depurate dai nominativi dei clienti** che durante la chiamata telefonica hanno negato il

consenso ad **essere richiamati** e non desiderano partecipare ad indagini (nel rispetto della normativa vigente sulla Privacy e il trattamento di dati personali).

Trattandosi di metodologia *call-back* la persona da intervistare è esattamente la persona che ha parlato con l'operatore telefonico del *call center* pertanto la società di ricerca dovrà tentare un numero minimo di contatti; secondo le procedure di richiamata previste dal "Capitolato tecnico e relativa Appendice"⁴; le liste fornite dalle aziende partecipanti conterranno almeno **5 o 6 volte il numero dei clienti da intervistare**.

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

ISTRUZIONI DI DETTAGLIO PER IL FILE IN FORMATO EXCEL

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

Campo 1 - Codice progressivo o il codice univoco

Per ogni chiamata telefonica (per ogni riga) dovrà essere indicato un **codice progressivo o il codice univoco** che identificata la chiamata all'interno dell'archivio completo contenente i dati della giornata presa in esame e dal quale è stato estratto il file dati.

Il codice univoco è richiesto in particolare per le imprese di vendita con più di 1 milione di clienti che si avvalgono della facoltà di cui al successivo punto 10.

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

Il campo 1 ha formato alfanumerico.

Campo 2 - Nome e cognome

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

Il campo con il nome del chiamante deve contenere il nome ed il cognome.

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

⁴ di cui determinazione 145/DAGR/2018 finalizzata all'affidamento di un contratto per lo svolgimento di servizi di ricerca di mercato.

Il campo 2 ha formato alfanumerico.

Campo 3 - Servizio

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

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

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

Il campo 3 ha formato numerico.

Campo 4 - Data

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

Il campo 4 ha formato gg/mm/aaaa.

Campo 5 - Fascia oraria

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

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

Il campo 5 ha formato numerico.

Campo 6 – Recapito telefonico

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **recapito telefonico** del chiamante o quello del cliente titolare del contratto riportato nell’archivio dati dell’azienda.

Il campo 6 dovrà essere reso disponibile in **formato testo** in modo da non perdere il numero “0” all’inizio dei numeri da rete fissa; deve essere completo e comprensivo del prefisso; deve esserci un solo numero di telefono; sono ammessi i seguenti separatori spazio; trattino (-); slash (/).

Campo 7 - Contratto

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

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

Il campo 7 ha formato numerico.

Campo 8 – Numero di call center

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

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

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

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

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

10. Informativa ai clienti sull’indagine

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

“La informiamo che potrà essere richiamato per un’indagine sulla qualità di questo call center. A tale scopo, i dati necessari saranno trattati nel rispetto della legge sulla

privacy. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito internet www. ... (sito dell'azienda).”

Il messaggio vocale dovrà essere inserito nell’IVR solo nei giorni per i quali viene fornito il file dati di prova o viene richiesto il file dati di cui al precedente punto 8.

Le imprese di vendita interessate dall’indagine, entro la data di avvio dell’indagine pubblicano nel loro sito (avendo anche cura di aggiornare eventualmente quella già esistente), in una sezione facilmente accessibile ai clienti ed intitolata “*Indagine sulla qualità dei call center*” l’informativa riportata in allegato 2.

12. Comunicazioni alla Direzione Advocacy Consumatori e Utenti

L’azienda di vendita è tenuta **a dare tempestiva comunicazione**, possibilmente **tramite area operativa** alla **Direzione Advocacy Consumatori e Utenti (DACU)** dell’Autorità nel caso di comunicazioni relative a:

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

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

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

Allegato 1 – Modulo per la partecipazione all’ “indagine sulla soddisfazione dei clienti dei call center” (art. 31 TIQV)

All’ Autorità per la Regolazione di Energia Reti e Ambiente – Direzione Advocacy, Consumatori e Utenti

L’impresa di vendita _____

PARTECIPA

all’ indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai *call center* anno _____

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

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

La giornata di festività del Santo Patrono (solo se il call center o servizio telefonico non è operativo) cade il giorno _____

Dichiara inoltre che il numero di lotti di interviste aggiuntive che intende acquistare per l’indagine annuale (2.160,00 Euro più Iva a lotto) è di n. _____

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

Per accettazione
(timbro e firma)

Data _____

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

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

email: _____

numero/i di telefono: _____

Allegato 2 – Informativa sul trattamento dei dati personali da pubblicare sul sito internet del venditore

“INDAGINE SULLA QUALITÀ DEI CALL CENTER” ANNO 2018

In adempimento degli obblighi previsti dalla deliberazione dell’Autorità per la Regolazione di Energia, Reti e Ambiente 21 luglio 2016, 413/2016/R/com e smi si provvede a pubblicare l’informativa sul trattamento dei dati personali ai sensi del Regolamento UE 2016/679

L’Autorità per la Regolazione di Energia Reti e Ambiente con la deliberazione 21 luglio 2016, 413/2016/R/com e smi (il provvedimento è disponibile sul sito dell’Autorità www.arera.it) ha stabilito che annualmente venga effettuata un’indagine sulla qualità delle risposte telefoniche fornite ai clienti dai *call center* commerciali delle maggiori aziende fornitrici di energia elettrica e di gas, strumentale all’esercizio dei poteri conferiti dalla legge del 14 novembre 1995, n. 481.

In particolare, l’indagine sulla soddisfazione dei clienti si svolgerà richiamando un campione di clienti che si sono rivolti al *call center*.

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

Ciò premesso, ai sensi del Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali il trattamento delle informazioni che La riguardano sarà improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e di tutela della Sua riservatezza e dei Suoi diritti.

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

1. Alcuni dati connessi alla Sua chiamata al *call center*, indicati nel successivo punto 2, da Lei spontaneamente forniti all’ercente, verranno trattati temporaneamente, anche elettronicamente, nella misura strettamente necessaria per lo svolgimento dell’indagine demoscopica che l’Autorità per la Regolazione di Energia Reti e Ambiente (ARERA) condurrà al fine di accertare la qualità dei servizi telefonici e, in particolare, la soddisfazione e le aspettative dei clienti dei servizi di energia elettrica e gas che si sono rivolti ai *call center*, in relazione alle risposte ricevute dagli operatori.
2. I dati sottoposti al trattamento di cui al precedente punto 1 riguardano: il nome della persona che ha parlato con l’operatore del *call center*, il nome del titolare del contratto di fornitura a cui si riferisce la chiamata, il servizio a cui si riferisce la chiamata (elettrico, gas o entrambi), il motivo, la settimana e la fascia oraria della chiamata, il recapito telefonico, così come risultanti dai dati in possesso dell’ercente e relativi al rapporto contrattuale instaurato o da instaurare.
3. Qualora Lei fosse richiamato ai fini dell’effettuazione dell’intervista telefonica, e vi acconsentisse, i dati acquisiti nel corso della stessa saranno anch’essi oggetto di trattamento, anche da personale ARERA che agisce sulla base di specifiche istruzioni fornite in ordine a finalità e modalità di trattamento sopra descritte; resta salva la possibilità di non rilasciare la suddetta intervista telefonica. In tal caso l’indagine proseguirà nei confronti degli altri soggetti facenti parte del campione.

4. Fondamento di liceità del trattamento: i dati personali raccolti per questa indagine sono trattati dall'Autorità nell'esecuzione dei propri compiti di interesse pubblico o comunque connessi all'esercizio dei propri poteri.
5. Il titolare del trattamento è l'Autorità di regolazione per energia reti e ambiente (ARERA), con sede in Corso di Porta Vittoria, 27, 20122, Milano - email: info@arera.it, PEC: protocollo.aeggsi@pec.energia.it, centralino +39 02655651.
6. Il Responsabile della Protezione dei Dati (RPD) è raggiungibile al seguente indirizzo: Autorità di regolazione per energia reti e ambiente. Responsabile della Protezione dei dati personali, Via dei Crociferi, 19 - 00187 Roma, email: rpd@arera.it.
7. Il Responsabile del trattamento dei dati è la società Istituto Piepoli, con sede legale in Via B. Cellini 2-A 20129 Milano.
8. In ogni momento potrà esercitare i Suoi diritti nei confronti del titolare del trattamento, in particolare, potrà chiedere di conoscere l'esistenza di trattamenti di dati che possono riguardarla (diritto di accesso); potrà ottenere senza ritardo la comunicazione dei medesimi dati e della loro origine, la cancellazione (diritto all'oblio), la trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione di legge, nonché l'aggiornamento, la rettifica (diritto di rettifica) ovvero l'integrazione dei dati; inoltre, ha diritto di revocare il consenso, in tutto o in parte, per motivi legittimi, al trattamento dei dati personali che la riguardano, ancorché pertinenti allo scopo della raccolta (diritto di opposizione).
9. Cancellazione dei dati utilizzati ai fini dell'indagine: l'Autorità, al termine dell'indagine dopo la consegna dei risultati in forma anonima e il controllo degli stessi provvederà a cancellare tutti i file dati resi disponibili dalle imprese di vendita.