



**DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE**  
**493/2018/E/COM**

**RAPPORTO ANNUALE SUL TRATTAMENTO DEI  
RECLAMI E LA RISOLUZIONE DELLE  
CONTROVERSIE: INDICATORI E PUBBLICAZIONE  
COMPARATIVA**  
*Orientamenti finali*

*Documento per la consultazione*

*9 ottobre 2018*

## **Premessa**

*Il Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV), prevede, tra l'altro, all'articolo 38 una indagine annuale sulla soddisfazione delle risposte ai reclami e all'articolo 39 la pubblicazione annuale da parte dell'Autorità di un Rapporto sul trattamento dei reclami e delle risoluzioni delle controversie.*

*Per l'articolazione definitiva del Rapporto in argomento, il punto 7, lettera b) della deliberazione 21 luglio 2016 413/2016/R/com ha conferito mandato al Direttore della Direzione Advocacy Consumatori e Utenti (già Direzione Consumatori Conciliazioni e Arbitrati) in collaborazione con il Direttore della Direzione Mercati Retail e Tutele dei Consumatori di Energia (già Direzione Mercati) per la convocazione di incontri tecnici con i soggetti interessati.*

*Nel corso del 2017 sono stati effettuati alcuni incontri tecnici con le Associazioni rappresentative delle aziende di vendita e le Associazioni dei consumatori sul tema dell'indagine sulla soddisfazione delle risposte ai reclami e da ultimo nel maggio 2018, sono state illustrate alcune proposte sul contenuto del Rapporto reclami e controversie e una struttura di massima dello stesso.*

*Tenuto conto delle osservazioni pervenute in esito ai Gruppi Tecnici, con questo documento di consultazione l'Autorità illustra i propri orientamenti finali.*

*Le osservazioni e i suggerimenti al presente documento devono pervenire all'Autorità entro il 9 novembre 2018.*

*I soggetti che intendono salvaguardare la riservatezza o la segretezza, in tutto o in parte, della documentazione inviata sono tenuti a indicare quali parti della propria documentazione siano da considerare riservate.*

*È preferibile che i soggetti interessati inviino le proprie osservazioni e commenti attraverso il servizio interattivo messo a disposizione sul sito web dell'Autorità o in alternativa, ad uno dei seguenti indirizzi di posta elettronica:*

**consumatori@arera.it**  
**mercati-retail@arera.it**

**Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente**  
**Direzione Advocacy Consumatori e Utenti**  
**Direzione Mercati Retail e Tutele dei consumatori di energia**  
**Corso di Porta Vittoria 27 – 20122 Milano**

**tel. 02.655.65.351/387/608**  
**fax 02.65565.265**

**sito internet: [www.arera.it](http://www.arera.it)**

## SOMMARIO

<b>1. Premessa .....</b>	<b>4</b>
<b>2. La regolazione della qualità commerciale della vendita e della distribuzione.....</b>	<b>6</b>
<b>3. Alcuni approfondimenti sul Rapporto annuale sul trattamento dei reclami e la risoluzione delle controversie .....</b>	<b>9</b>
<b>4. Indicatori individuati per le graduatorie comparative: analisi delle problematiche e orientamenti.....</b>	<b>12</b>
<b>5. L'indagine di customer satisfaction e gli indici di soddisfazione aziendali.....</b>	<b>21</b>
<b>Appendice 1- indagine Pilota qualità delle risposte ai reclami.....</b>	<b>25</b>
<b>Appendice 2 - Pubblicazione comparativa dei dati sui reclami nel mercato dell'energia: esperienze internazionali .....</b>	<b>31</b>

## 1. Premessa

- 1.1 Il Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (di seguito: TIQV) come rinnovato dalla deliberazione 21 luglio 2016, 413/2016/R/com e s.m.i. (di seguito: deliberazione 413/2016/R/com) prevede, all'articolo 39, che l'Autorità pubblichi annualmente un Rapporto sul trattamento dei reclami e la risoluzione delle controversie (di seguito: Rapporto).
- 1.2 I dati su cui si basa il Rapporto sono quelli comunicati:
- a. annualmente dai venditori in relazione a reclami scritti, richieste scritte di informazioni, rettifiche di fatturazione e doppia fatturazione, nonché al numero di indennizzi automatici corrisposti ai clienti nei casi di mancato rispetto degli standard fissati dall'Autorità;
  - b. annualmente dalle imprese di distribuzione in relazione a reclami scritti, richieste scritte di informazioni ricevute dai clienti finali e alle richieste dati ricevute dai venditori finalizzate alle risposte ai reclami, nonché agli indennizzi automatici corrisposti ai clienti nei casi di mancato rispetto degli standard fissati dall'Autorità;
  - c. periodicamente dallo Sportello per il Consumatore di Energia e Ambiente<sup>1</sup> (di seguito Sportello), dal Servizio Conciliazione<sup>2</sup> e dagli organismi alternativi al Servizio Conciliazione per l'esperimento del tentativo di conciliazione nei settori regolati, fra i quali gli Organismi ADR iscritti all'elenco ADR istituito ai sensi dell'articolo 141 *decies* del Codice del Consumo.
- 1.3 Il Rapporto contiene anche i risultati dall'indagine di *customer satisfaction* sulla qualità delle risposte ricevute dai clienti finali di cui all'articolo 38 del TIQV. L'art. 36 comma 36.4 del TIQV prevede, inoltre, che l'Autorità, per la predisposizione del Rapporto, utilizzi le informazioni e i dati comunicati per una pubblicazione comparativa.
- 1.4 Ai fini dell'articolazione definitiva del Rapporto, il punto 7, lettera b) della deliberazione 413/2016/R/com ha conferito mandato al Direttore della Direzione Advocacy Consumatori e Utenti (già Direzione Consumatori Conciliazioni e Arbitrati) in collaborazione con il Direttore della Direzione Mercati Retail e Tutele dei Consumatori di Energia (già Direzione Mercati) per la convocazione di incontri tecnici con i soggetti interessati. Pertanto, nel corso del 2017 e da

---

<sup>1</sup>Lo Sportello per il consumatore di Energia e Ambiente (già Sportello per il consumatore di energia) istituito dall'Autorità nel 2009 presso Acquirente Unico S.p.a. opera in avvalimento sulla base del decreto legislativo 93/11 e della legge 124/2017 e le sue attribuzioni sono state ridefinite in relazione ai settori elettrico e gas con la deliberazione 383/2016/E/com e recentemente aggiornate per ricomprendere anche il settore idrico e progressivamente, quello dei rifiuti, anche differenziati, urbani e assimilati.

<sup>2</sup>Il Servizio Conciliazione è stato istituito dall'Autorità con deliberazione 260/2012/E/com, gestito in avvalimento da Acquirente Unico S.p.a., ai sensi della legge, n. 99/09 e del decreto legislativo 93/11, 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.

ultimo l'11 maggio 2018, sono stati effettuati alcuni incontri tecnici con le Associazioni rappresentative delle aziende di vendita e le Associazioni dei consumatori in cui sono state illustrate, tra l'altro, alcune proposte sul contenuto del Rapporto e una struttura di massima dello stesso.

- 1.5 In esito agli incontri effettuati sono pervenute all'Autorità una serie di osservazioni e proposte anche di segno opposto tra loro e, da parte delle associazioni rappresentative dei venditori, una richiesta di sottoporre ad una consultazione più ampia gli indicatori di *performance* aziendale da utilizzare per il Rapporto.
- 1.6 Parallelamente, nel corso del 2017, con la deliberazione 28 giugno 2017, 474/2017/E/com (di seguito: deliberazione 474/2017/E/com) è stata avviata l'indagine pilota in tema di soddisfazione dei clienti finali per le risposte a reclami scritti o richieste di informazioni ricevute dalle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale. L'indagine pilota è stata effettuata anche per raccogliere elementi utili, necessari alla realizzazione dell'indagine annuale prevista dall'articolo 38 del TIQV. I contenuti e gli esiti dell'indagine pilota sono stati presentati e discussi in appositi gruppi tecnici sia con le Associazioni dei consumatori sia con le Associazioni rappresentative degli operatori e le imprese parte dell'indagine pilota.
- 1.7 Tenuto conto della regolazione, degli incontri con gli stakeholder nonché dell'esperienza già maturata nella qualità dei servizi telefonici<sup>3</sup>, questo documento formula degli orientamenti sugli indicatori da costruire per rappresentare la capacità delle imprese di vendita e di distribuzione di rispondere tempestivamente e gestire le comunicazioni loro indirizzate. La qualità della risposta fornita viene invece intercettata dall'indicatore di soddisfazione costruito in esito all'indagine demoscopica prevista dall'articolo 38 del TIQV e richiamata in questo documento al fine di valutarne la pubblicazione comparativa degli esiti. L'Autorità ritiene che i diversi indicatori possano concorrere a fornire un quadro adeguato della complessiva capacità delle imprese di gestire i reclami e le richieste di informazione che pervengono dai loro clienti.
- 1.8 In considerazione delle esperienze internazionali, in particolare in tema di monitoraggio dei mercati *retail* nei settori dell'energia elettrica e del gas naturale, i reclami sono da considerarsi un importante indicatore del funzionamento (o malfunzionamento) di un mercato con particolare attenzione verso il cliente finale<sup>4</sup>. Una maggiore trasparenza sugli indicatori che ne sintetizzano gli andamenti può, tra l'altro, contribuire a promuovere una scelta sempre più consapevole del venditore da parte del cliente finale e fornire

---

<sup>3</sup> L'indagine di customer satisfaction sulla qualità dei servizi telefonici delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale prevista dalla parte IV TIQV viene effettuata dal 2008 e fino al 2014 ha comportato la pubblicazione di una graduatoria degli indici di soddisfazione individuale fatti registrare dalle imprese con almeno 50.000 clienti ed un certo numero di telefonate giorno in ingresso.

<sup>4</sup> Numerose sono le esperienze internazionali in cui il regolatore o le stesse imprese di vendita sono tenute a pubblicare dati sui reclami ricevuti. Tali obblighi di norma riguardano la pubblicazione di indicatori calcolati come rapporto fra clienti e reclami ricevuti o il numero totale di reclami ricevuti per impresa, varia è anche la frequenza con cui si richiede la pubblicazione di questi dati (mensile, quadrimestrale, annuale): Alcuni esempi in Appendice 2.

all’Autorità indicazioni per introdurre interventi finalizzati a migliorarne il trattamento.

- 1.9 L’Autorità considera pertanto importante la pubblicazione comparativa dei dati di qualità commerciale della vendita nel quadro della competizione tra venditori sul mercato *retail* anche in vista della fine della tutela di prezzo ad oggi fissata per il 1° luglio 2020<sup>5</sup>. Tale pubblicazione, che comporta anche impatti reputazionali per i venditori, può costituire infatti un incentivo al miglioramento della qualità del servizio e fornire un ulteriore elemento di valutazione ai clienti finali nella scelta del proprio fornitore.
- 1.10 Gli orientamenti dell’Autorità illustrati nel capitolo 4 saranno preceduti da una breve illustrazione del quadro regolatorio vigente e del contenuto complessivo del Rapporto.

## ***2. La regolazione della qualità commerciale della vendita e della distribuzione***

- 2.1 Il TIQV prevede che ogni venditore con riferimento ai propri clienti elettrici alimentati in bassa e media tensione e di gas naturale alimentati in bassa pressione, debba rispettare alcuni standard specifici e generali<sup>6</sup> e comunicare all’Autorità annualmente una serie di dati relativi ai reclami, alle richieste di informazioni ricevute, alle rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione nonché agli indennizzi. Nella revisione del TIQV attuata con la deliberazione 413/2016/R/com, a valle di due successive consultazioni<sup>7</sup>, è stata eliminata la distinzione fra reclami semplici e reclami complessi, questi ultimi individuati come quei reclami per cui è necessario richiedere informazioni al distributore in qualità di titolare dei dati contestati, mentre le richieste di rettifica di fatturazione sono state ricondotte alla fattispecie dei reclami. Infine l’articolo 1 del TIQV definisce cosa deve intendersi per reclamo scritto o richiesta scritta di informazione (box 1) mentre l’articolo 8 comma 8.5 prevede che vengano adottati criteri prudenziali nella classificazione delle comunicazioni scritte; in particolare: *“il venditore adotta criteri prudenziali nella classificazione di una comunicazione scritta inviata da un cliente finale, classificando tale comunicazione come reclamo scritto in tutti i casi in cui non sia agevole stabilire se essa sia un reclamo scritto ovvero una richiesta scritta di informazioni ..”*.

---

Legge 21 settembre 2018, n. 108 “Conversione in legge, con modificazioni, del decreto legge 25 luglio 2018, n. 91, recante proroga di termini previsti da disposizioni legislative”.

<sup>6</sup> Per “standard specifico di qualità” si intende è il livello di qualità riferito alla singola prestazione da garantire al cliente, laddove per “standard generale di qualità” si intende il livello di qualità riferito al complesso delle prestazioni. Il TIQV in vigore prevede standard specifici riferiti alle risposte ai reclami, alle rettifiche di fatturazione e alle rettifiche di doppia fatturazione e uno standard generale relativo alle risposte alle richieste di informazione.

<sup>7</sup> Si fa riferimento al DCO 614/2015/E/com e al DCO 225/2016/E/com.

## Box 1: Definizioni

**“Reclamo scritto”** è ogni comunicazione scritta fatta pervenire al venditore, anche per via telematica, con la quale il cliente finale, o per suo conto un rappresentante legale dello stesso o un’associazione di consumatori o di categoria, esprime lamentele circa la non coerenza del servizio ottenuto con uno o più requisiti definiti da leggi o provvedimenti amministrativi, dalla proposta contrattuale a cui il cliente ha aderito, dal contratto di fornitura, ovvero circa ogni altro aspetto relativo ai rapporti tra venditore e cliente finale.

**“Richiesta scritta di informazioni”** è ogni comunicazione scritta, fatta pervenire al venditore, anche per via telematica, con la quale un qualsiasi soggetto formula una richiesta di informazioni in merito al servizio elettrico e/o gas non collegabile ad un disservizio percepito, ivi compresa la comunicazione del cliente finale diretta all’esercente la vendita entrante, ai sensi della deliberazione ARG/elt 191/09 ed avente ad oggetto l’applicazione del corrispettivo Cmor.

- 2.2 La semplificazione e razionalizzazione del flusso dei dati inoltrati dai venditori, entrata in vigore a partire dal 1 gennaio 2017 (la trasmissione dei dati da semestrale è passata ad annuale), ha mantenuto obbligatoria la registrazione su base mensile dei dati relativi alle singole fattispecie e ha previsto, a partire dal 2018, che i dati trasmessi relativi a reclami e richieste di informazione siano anche articolati sulla base degli argomenti e sub argomenti elencati alla tabella 5 del TIQV<sup>8</sup>, con l’obiettivo di far emergere gli aspetti più critici che caratterizzano il rapporto di fornitura, rendere maggiormente consapevoli i venditori delle principali criticità che si registrano nel servizio offerto e fornire indicazioni all’Autorità per l’esercizio dei propri poteri di regolazione e di *enforcement*.
- 2.3 La registrazione e classificazione dei dati da comunicare, per mercato e tipologia di cliente, consente di avere le informazioni necessarie per la definizione di un quadro generale, ma la contempo di effettuare approfondimenti per singolo venditore, per tipologia di clienti e di condizioni di fornitura nonché un confronto omogeneo fra venditori. Diversamente da quanto avviene per i dati di qualità commerciale della distribuzione, il TIQV tuttavia non prevede che i dati vengano articolati per area geografica, in quanto i venditori possono operare liberamente su tutto il territorio nazionale.
- 2.4 La regolazione della qualità commerciale del servizio di distribuzione raccolta in due testi integrati ( TIQE<sup>9</sup> e l’RQDG<sup>10</sup>) prevede tra l’altro standard generali e specifici riferiti ai tempi di risposta dei distributori a reclami e richieste scritte di informazione ricevute dai clienti finali (rispettivamente articoli 81 e 96 per il

<sup>8</sup> In particolare la tabella 5 del TIQV prevede una classificazione in 9 argomenti principali (contratti, morosità e sospensione, mercato, fatturazione, misura; connessioni, lavori e qualità tecnica; bonus sociale; qualità commerciale e altro) articolati a loro volta in 3 o 4 sub argomenti.

<sup>9</sup> TIQE -Testo integrato della regolazione output-based dei servizi di distribuzione e misura dell’energia elettrica, per il periodo di regolazione 2016 – 2023, Allegato A alla deliberazione 22 dicembre 2015 646/2015/R/eel.

<sup>10</sup>RQDG - Regolazione della qualità dei servizi di distribuzione e misura 2014 – 2019, Allegato alla deliberazione 12 dicembre 2013, 574/2013/R/gas.

TIQE e 37 e 50 per l'RQDG) e lo scambio di informazione con i venditori finalizzati alla risposta ai reclami dei clienti finali (articoli 91 del TIQE e 51 del RQDG). La regolazione della qualità commerciale della distribuzione stabilisce inoltre che i clienti finali possano rivolgersi direttamente al distributore per i reclami relativi all'attività di distribuzione e misura, ma prevede al contempo che qualora la medesima richiesta sia inviata con una unica comunicazione al venditore e al distributore, il compito di rispondere compete al venditore. Infine anche gli esercenti il servizio di distribuzione sono tenuti a comunicare i dati all'Autorità con periodicità annuale, distintamente per tipologia di cliente e di fornitura e articolati su base provinciale.

- 2.5 Il sistema di tutele per il trattamento dei reclami e la risoluzione extragiudiziale delle controversie<sup>11</sup> è articolato su più livelli: TIQV, TIQE e RQDG che fissano gli standard e gli indennizzi di qualità commerciale della vendita e della distribuzione presiedono al cosiddetto primo livello, cioè fissano le regole per un corretto rapporto tra cliente e operatore (venditore o distributore) laddove emerga la necessità per il cliente di richiedere una informazione o rappresentare una lamentela. Le deliberazioni 5 maggio 2016, 209/2016/E/com e 14 luglio 2016, 383/2016/E/com fissano i contorni del secondo livello cioè del momento in cui il reclamo non risolto al primo livello diventa una controversia. In questo secondo livello operano il Servizio Conciliazione, insieme agli altri organismi di conciliazione iscritti all'elenco di cui alla deliberazione 17 dicembre 2015, 620/2015/E/com ai sensi dell'articolo 141-*decies* del Codice del Consumo e alle Camere di commercio, per l'esperimento del tentativo obbligatorio di conciliazione e lo Sportello con riferimento alle procedure speciali risolutive.
- 2.6 Per rendere conto di questa articolata rete di tutele, l'articolo 39 del TIQV prevede, come già evidenziato, che nel Rapporto confluiscono le informazioni

---

<sup>11</sup> Con deliberazione 410/2014/E/com è stato avviato un procedimento per la razionalizzazione del sistema di tutele dei clienti finali in materia di trattazione dei reclami e risoluzione extragiudiziale delle controversie nei confronti degli operatori dei settori regolati, al fine di:

a) pervenire, tramite un percorso graduale, ad una migliore e più efficiente gestione delle controversie, riducendo, al contempo, a beneficio di tutti i soggetti coinvolti, i costi generati dal contenzioso;

b) migliorare la consapevolezza dei clienti finali di fronte alla scelta dello strumento di risoluzione individuale più adatto alla natura della controversia e all'interesse da tutelare, mantenendo, nel contempo, il monitoraggio dei reclami quali indicatori del buon funzionamento e della corretta applicazione della regolazione;

c) pervenire ad una più rapida e meno onerosa gestione dei reclami sia tramite una più puntuale assistenza ai clienti finali, sia tramite aggiornamenti della regolazione della qualità commerciale dei servizi di vendita, misura e distribuzione del gas e dell'energia elettrica, volti a:

i. introdurre modalità di presentazione standardizzate;

ii. ridurre del numero di reclami che necessitano di un secondo livello di gestione, agevolando ed incentivando la risoluzione della controversia già nella prima fase di reclamo nei confronti dell'esercente;

d) valutare l'estensione degli strumenti di risoluzione delle controversie ai nuovi settori affidati alla regolazione dell'Autorità, o lo sviluppo di strumenti e procedure ad hoc;

In esito al procedimento che si è articolato in più consultazioni è stata riformata la regolazione della qualità commerciale della vendita (deliberazione 413/2016/R/com – TIQV) definito il Testo Integrato in materia di procedure di risoluzione extragiudiziale delle controversie tra clienti o utenti finali e operatori o gestori nei settori regolati dall'Autorità - TICO (deliberazione 209/2016/E/com), definito un nuovo regolamento per l'attuazione, da parte della società Acquirente Unico S.p.a., delle attività in avvalimento, di cui all'articolo 7, comma 6 e all'articolo 44, comma 4, del D.lgs 93/11 (deliberazione 383/2016/E7com). Nel corso del 2017 alcuni degli strumenti di tutela resi disponibili per i clienti dei settori elettrico e gas sono stati estesi agli altri settori di competenza dell'Autorità.

necessarie ad un monitoraggio completo e quindi riferite sia ai reclami che alle controversie, nonché gli esiti dell'indagine di cui all'articolo 38 del TIQV.

### **3. Alcuni approfondimenti sul Rapporto annuale sul trattamento dei reclami e la risoluzione delle controversie**

- 3.1 In questa sezione vengono sinteticamente illustrati l'articolazione del Rapporto e i principali contenuti delle singole sezioni riassunti nel box 2.

#### **Box 2- Indice del Rapporto annuale sul trattamento dei reclami e la risoluzione delle controversie**

##### **Prima sezione – 1. Reclami scritti pervenuti agli operatori per tipologia di cliente e mercato: monitoraggio degli standard di qualità commerciale della attività di vendita e di distribuzione**

- 1.1 Introduzione (su regolazioni e scopi)
- 1.2 Qualità del servizio di vendita: il mercato elettrico (reclami, richieste di informazione, rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione, indennizzi)
- 1.3 Qualità del servizio di vendita: il mercato del gas naturale (reclami, richieste di informazione, rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione, indennizzi)
- 1.4 Graduatorie e analisi per gruppi omogenei di aziende con elementi di approfondimento per tipologia di mercato, dimensione di azienda, composizione della clientela (tipologia di mercato prevalente)
- 1.5 Qualità del servizio di distribuzione elettrico e gas

##### **Seconda sezione – 2. Risultati dell'Indagine di *customer satisfaction***

- 2.1 Risultati della indagine di *customer satisfaction*
- 2.2 Graduatorie e analisi per gruppi omogenei di aziende con elementi di approfondimento per tipologia di mercato, dimensione di azienda, composizione della clientela
- 2.3 Analisi delle aspettative dei clienti
- 2.4 Confronti tra i risultati di qualità commerciale e quelli dell'indagine di *customer satisfaction*

##### **Terza Sezione – 3. Monitoraggio delle controversie**

- 3.1 Procedure speciali, richieste di informazioni e segnalazioni pervenute allo Sportello
- 3.2 Caratteristiche ed esiti delle procedure conciliative presso il Servizio Conciliazione
- 3.3 Attività degli Organismi ADR iscritti nell'Elenco dell'Autorità e delle Camere di commercio

Appendice statistica

- 3.4 Nella **Prima sezione** del Rapporto devono essere fornite le informazioni aggregate disponibili sui reclami ricevuti dai venditori, in relazione all'ambito di applicazione del TIQV, e dai distributori e sono illustrati alcuni indicatori di carattere generale. In particolare con riferimento ai capitoli 1.2 e 1.3, i dati aggregati inclusi sono quelli relativi ai reclami, alle richieste di informazione, alle rettifiche di fatturazione e di doppia fatturazione articolati per tipologia di cliente/fornitura. A partire dal Rapporto 2018 le informazioni sui reclami e le richieste di informazione saranno anche dettagliate sulla base dei principali argomenti di cui alla tabella 5 del TIQV. I dati inseriti in questa sezione verranno utilizzati anche nell'annuale Rapporto di monitoraggio *retail*.
- 3.5 Il contenuto del capitolo 1.4., oggetto specifico del presente documento di consultazione, viene approfondito nel successivo capitolo 4 di questo documento.
- 3.6 Il capitolo 1.5 conterrà, per l'anno di riferimento, i dati in aggregato relativi ai reclami e alle richieste di informazione ricevuti dal distributore, e ai casi relativi alle richieste ricevute dai venditori in relazione allo standard "tempo medio di messa a disposizione dei dati tecnici al venditore"; nel medesimo capitolo verranno inoltre inseriti indicatori aziendali per i quali non si ravvisa nessuna problematicità nella pubblicazione essendo i distributori soggetti regolati che non operano in regime di concorrenza. In particolare la pubblicazione riguarderà gli indicatori di reclusività e le richieste di dati tecnici che i venditori inoltrano ai distributori per rispondere ai reclami dei loro clienti.
- 3.7 Il quadro della prima sezione è completato da un approfondimento sugli indennizzi automatici versati ai clienti finali per il mancato rispetto degli standard specifici sia di venditori sia di distributori.
- 3.8 La **Seconda sezione** del Rapporto riguarderà i risultati dell'indagine di soddisfazione sulla qualità delle risposte ai reclami prevista dall'articolo 38 del TIQV la cui sintesi è contenuta nell'Appendice 1 a questo documento.
- 3.9 L'articolazione per capitoli di questa sezione ripercorre quella dell'analoga sezione del Rapporto sulla qualità dei call center<sup>12</sup>, e consente di illustrare i risultati dell'indagine e le aspettative dei clienti circa la qualità della risposta attesa. Gli orientamenti sulla pubblicazione della graduatoria degli indici di soddisfazione aziendali (paragrafo 2.2 della seconda sezione) vengono più estesamente presentati nel capitolo 5 di questo documento.
- 3.9 Per quanto riguarda la **Terza sezione** relativa ai Risultati del monitoraggio sulle controversie, i capitoli 3.1 e 3.2 conterranno tutte le informazioni relative alle attività svolte in avvalimento da Acquirente Unico attraverso lo Sportello e il Servizio Conciliazione. Ai sensi dell'articolo 16 dell'Allegato A alla deliberazione 383/2016/E/com Acquirente Unico invia con periodicità mensile o trimestralmente all'Autorità una serie di informazioni sull'andamento del call center preposto a fornire informazioni ai clienti/utenti dei settori regolati dall'Autorità, sulle procedure speciali informative e risolutive, sulle segnalazioni e sulle domande di conciliazione presentate presso il Servizio Conciliazione, effettuando specifici approfondimenti su alcune delle fattispecie trattate e sulle criticità emerse. Il capitolo non conterrà dati aziendali individuali.

---

<sup>12</sup> Rapporto 5 luglio 2018 370/2018/I/com.

- 3.10 Infine il capitolo 3.3 attiene all'attività degli organismi ADR diversi dal Servizio Conciliazione. L'iscrizione nell'Elenco ADR dell'Autorità<sup>13</sup> comporta infatti l'adempimento di una serie di obblighi per ciascun Organismo ADR, che riguardano, fra l'altro, la reportistica dell'attività svolta, da pubblicare annualmente sul sito web dell'organismo (articolo 141- quater, comma 2 del Codice del consumo) e da trasmettere all'Autorità. Anche sulla base di tale reportistica, l'Autorità effettua il monitoraggio dell'attività dei singoli Organismi e verifica il mantenimento dei requisiti attestati dagli stessi all'atto dell'iscrizione.
- 3.11 Nel box 3 sono illustrate le principali informazioni oggi disponibili sulle controversie trattate dagli organismi ADR iscritti all'elenco.

### **Box 3 Dati sulle controversie per gli organismi ADR iscritti all'elenco diversi dal Servizio Conciliazione**

- Domande pervenute;
- domande ammesse e non ammesse alla procedura;
- dettaglio delle cause di inammissibilità;
- classificazione delle domande per materia seguendo le categorie indicate nella Tabella 5 del TIQV;
- modalità con cui la domanda di conciliazione è stata presentata all'Organismo (es. piattaforma telematica, e-mail, posta, fax, ecc.);
- procedure concluse con accordo o senza accordo;
- procedure concluse in modo diverso dall'accordo o dal no accordo (es. rinuncia delle parti);
- dettaglio relativo ai casi di proroga della durata delle procedure oltre il termine ordinario di conclusione delle stesse;
- durata media delle procedure;
- percentuale di rispetto, se nota, degli esiti delle procedure ADR;
- eventuali cause sistematiche o significative generatrici delle controversie tra consumatori e professionisti;
- eventuale cooperazione con organismi ADR all'interno di reti di organismi ADR che agevolano la risoluzione delle controversie transfrontaliere.

---

<sup>13</sup> L'Autorità, in attuazione dell'articolo 141-decies del Codice del consumo, con deliberazione 620/2015/E/com, ha istituito l'elenco degli Organismi ADR deputati a gestire, nei settori di competenza, procedure ADR ai sensi del Titolo II-bis della Parte V del Codice del consumo, regolamentando le modalità di iscrizione, gestione, tenuta e vigilanza dell'elenco con la "Disciplina di prima attuazione dell'articolo 141-decies del Codice del consumo in merito all'elenco degli Organismi ADR dei settori di competenza dell'Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico", Allegato A (di seguito: Disciplina).

#### **4. Indicatori individuati per le graduatorie comparative: analisi delle problematiche e orientamenti**

- 4.1 Come anticipato nei precedenti paragrafi, il presente documento di consultazione intende definire in modo puntuale gli indicatori individuali che verranno utilizzati nel Rapporto già a partire dai dati comunicati dagli operatori relativi all'anno 2017.
- 4.2 Gli indicatori individuali selezionati hanno lo scopo principale di sintetizzare la propensione a reclamare dei clienti finali dei settori energetici e la capacità dei venditori di gestire questo fenomeno, per misurarne nel tempo l'evoluzione. Pertanto i principi di base che hanno portato a formulare i presenti orientamenti, sono da un lato la facilità di lettura dell'indicatore per il cliente finale e dall'altro la riduzione del rischio, associata ad indicatori compositi, di orientare i venditori, a seconda dei pesi attribuiti ai singoli fattori, verso comportamenti volti principalmente a migliorare la propria posizione in graduatoria senza produrre un corrispondente effetto di qualità ulteriore per il cliente finale. Alla luce di questi principi, degli esiti di precedenti consultazioni incentrate sulla medesima tematica<sup>14</sup> e dell'esperienza maturata nell'ambito della qualità commerciale dei call center<sup>15</sup> che ha previsto negli anni compresi fra il 2008 e il 2014 la pubblicazione di una graduatoria delle imprese di maggiori dimensioni, si ritiene più adeguato adottare indicatori semplici, anziché compositi.
- 4.3 I quattro indicatori individuati (descritti al Box 4) sono: l'indicatore di reclusività, l'indicatore di richiesta informazioni e l'indicatore di capacità di risposta riferito rispettivamente ai reclami o alle richieste di informazione. I primi due indicatori consentono di porre in relazione dati meramente quantitativi (es. il numero dei reclami ricevuti) con la dimensione della singola impresa (numero di clienti serviti); il terzo e quarto indicatore permettono di valutare la capacità della struttura di *customer care* di gestire, nel rispetto della regolazione vigente, il carico di richieste ricevute. Tutti gli indicatori individuati sono quantitativi.

#### **BOX 4 – Indicatori da utilizzare per il Rapporto reclami**

- 1 **Indicatore di reclusività:** rapporto tra il numero di reclami scritti presentati dai clienti finali nell'anno e il numero dei clienti serviti (per 100);
- 2 **Indicatore di richiesta informazioni** rapporto tra il numero di richieste scritte di informazioni ricevute dai clienti finali nell'anno e il numero dei clienti serviti (per 100);

<sup>14</sup> In particolare si fa qui riferimento al documento di consultazione 16 marzo 2011 DCO 06/2011 e ai contributi ricevuti dai soggetti che hanno partecipato alla consultazione.

<sup>15</sup> Per un approfondimento sulla esperienza della qualità commerciale dei call center e delle scelte effettuate in quel contesto si veda "Rapporto annuale sulla qualità dei servizi telefonici delle aziende di vendita di elettricità e gas- 2015" del 31 maggio 2016 (atto n. 278/2016/l/com).

- |   |
|---|
| <p>2 <b>Indicatore di capacità di risposta reclami:</b> rapporto tra numero di casi in cui la risposta è stata fornita nel rispetto dello standard specifico e il numero di reclami ricevuti nell'anno (per 100);</p> <p>3 <b>Indicatore di capacità di risposta richieste di informazione:</b> rapporto tra numero di casi in cui la risposta è stata fornita nel rispetto dello standard generale e il numero delle richieste di informazioni ricevute nell'anno (per 100).</p> |
|---|

- 4.4 I due indicatori basati sul numero di reclami e sul numero delle richieste di informazioni ricevute vengono rapportati, come illustrato, al numero di clienti serviti ad una certa data. L'indicatore così costruito, consente di non rendere esplicito il numero dei clienti serviti, e tiene pertanto conto delle preoccupazioni di alcuni venditori che ritengono tale dato commercialmente sensibile.
- 4.5 Per quanto riguarda la data in cui viene rilevato il numero dei clienti serviti, negli incontri tecnici che hanno preceduto il presente documento di consultazione, è stato espresso l'orientamento di rilevare il dato al 31 dicembre dell'anno di riferimento, in coincidenza con la data rispetto alla quale viene rilevato anche il numero complessivo dei reclami (raccolti e tracciati mensilmente). In merito a questo orientamento alcuni venditori hanno osservato che potrebbe avere effetti distorsivi perché non terrebbe in debito conto i casi in cui, a causa di operazioni aziendali straordinarie (ad esempio incorporazioni o fusioni) al 31 dicembre dell'anno di rilevazione il numero di clienti serviti dal venditore sia sensibilmente superiore o inferiore al numero di clienti rilevati prima dell'operazione societaria. Per ovviare a questa criticità, i medesimi soggetti hanno proposto, come soluzione alternativa, di utilizzare il dato medio dei clienti serviti nell'anno.
- 4.6 In merito alla criticità emersa, si premette innanzitutto che, nei casi evidenziati, ad incidere sul valore dell'indicatore reclami sono due variabili, entrambe collegate all'operazione societaria: la variazione nella numerosità dei clienti in corso d'anno e la qualità del servizio fornito ai propri clienti dall'azienda acquisita o incorporata. La prima variabile può essere diversamente significativa in relazione al periodo in cui avviene l'operazione societaria, ma può essere correttamente presa in considerazione con una rilevazione più frequente nel tempo del rapporto clienti - reclami ricevuti. La seconda variabile, relativa alla "qualità del servizio" non è invece "sterilizzabile": l'azienda acquirente incorpora infatti sia i fattori di forza sia gli elementi critici dell'acquisita, i quali diventano complessivamente parte della sua struttura aziendale. A meno di sospendere il calcolo degli indicatori per l'azienda interessata nell'anno di riferimento non c'è alcuna possibilità di non considerare l'impatto, che sia esso positivo o negativo, sull'indicatore di reclusività di una diversa gestione dei clienti dell'impresa acquisita.
- 4.7 Al fine di calcolare indicatori meglio rappresentativi della situazione dei venditori, anche nei casi di operazioni societarie significative, l'Autorità, accogliendo in parte le osservazioni già presentate, ritiene opportuno calcolare l'indicatore di reclusività annuale come media degli indicatori di reclusività mensile, costruiti come rapporto tra il numero di reclami ricevuto in ciascun mese e il numero di clienti attivi alla fine del medesimo mese. Tale orientamento richiede tuttavia che le informazioni registrate e comunicate ai sensi dell'articolo

36 del TIQV siano integrate con il dato relativo al numero dei clienti finali per ciascuna tipologia di fornitura attivi alla fine di ciascun mese.

- 4.8 L'Autorità è orientata pertanto a ritenere che la modalità di calcolo proposta possa essere adottata con riferimento all'anno 2018 (i cui dati devono essere comunicati entro il 28 febbraio 2019), laddove nel Rapporto riferito all'anno 2017 si possa procedere transitoriamente a calcolare l'indicatore di reclusività e quello riferito alle richieste di informazione sulla base dei clienti dell'anno calcolati come media dei clienti dichiarati al 31 dicembre dell'anno 2016 e di quelli al 31 dicembre dell'anno 2017. Tale criterio appare approssimare meglio il rapporto dinamico tra clienti e reclami del riferimento ai soli clienti al 31 dicembre dell'anno 2017.
- 4.9 L'adozione per il solo 2017 dell'indicatore basato sulla media dei clienti dell'anno, tuttavia non risolve completamente le criticità segnalate relativamente ai casi eccezionali di operazioni societarie che impattino sensibilmente sul numero di clienti, l'Autorità è pertanto orientata a consentire ai venditori che siano stati interessati nel 2017 da tali operazioni societarie, su espressa richiesta documentata, di non essere inclusi nella graduatoria. Si ritiene comunque opportuno che nell'ambito del Rapporto relativo al 2017 ed agli anni successivi siano comunque evidenziati i venditori che nel corso dell'anno di riferimento siano stati interessati da operazioni societarie.

#### **Spunti per la consultazione**

- Q1.** *Si concorda sulla definizione di un indicatore di reclusività e di richiesta di informazioni annuale calcolato sulla base della media di indicatori mensili? Se no per quali motivi?*
- Q2.** *Si ritiene che sia opportuno comunque mettere in evidenza i casi in cui si è dato corso ad operazioni di acquisizione e fusione con rilevante impatto sul numero dei clienti nel corso dell'anno?*
- Q3.** *Per l'anno 2017 nel caso di operazioni societarie si ritiene opportuno definire una soglia minima di variazione della numerosità dei clienti sopra la quale è possibile richiedere l'esclusione dalla graduatoria? Se sì, quale?*
- Q4.** *Si concorda sulle misure transitorie da adottare per l'anno 2017? Se no, quali altre misure potrebbero essere adottate?*

- 4.10 Altre osservazioni in merito all'indicatore di reclusività e alla conseguente capacità di tale indicatore di rappresentare correttamente le singole situazioni aziendali ai fini della pubblicazione di una graduatoria, sono emerse in esito agli incontri tecnici e hanno riguardato i seguenti aspetti:
- differenze riferibili alla composizione del portafoglio dei venditori in termini di tipologie di clienti serviti;
  - mancata valorizzazione della quota di reclami non fondati rispetto al totale;
  - eventi straordinari e fuori della responsabilità del venditore (ad esempio sisma, fenomeni meteorologici straordinari);
  - diversità di aree geografiche in cui operano i venditori;
  - presenza di reclami direttamente afferenti al servizio di distribuzione e misura e non quindi alla qualità commerciale della vendita.

- 4.11 Nel dettaglio con riferimento alla lettera a) verrà chiarito nei paragrafi successivi che l'orientamento messo in consultazione prevede che gli indicatori di reclusività e le relative graduatorie vengano calcolati per tipologia di clienti/fornitura pertanto, il confronto riguarderebbe segmenti di mercato perfettamente omogenei e non verrebbe influenzato dalla diversità composizione del portafoglio clienti di ogni singolo venditore.
- 4.12 Per quanto riguarda la lettera b) va sottolineato che il reclamo scritto è, come per altro previsto dal TIQV, l'espressione di una lamentela del cliente che ha sperimentato o percepito un disservizio, una richiesta di intervento che il cliente invia al proprio venditore, in genere dopo aver tentato di risolvere il problema per una via più breve (ad esempio rivolgendosi prima al call center del venditore) come già emerso dall'indagine pilota sulla qualità della risposta ai reclami. La contabilizzazione di un reclamo solo sulla base della sua presunta fondatezza introdurrebbe un elemento di totale discrezionalità del venditore, un giudizio di merito del tutto soggettivo che affievolirebbe la natura quantitativa dell'indicatore. Inoltre non vi sono evidenze che indichino che il comportamento dei clienti nell'inviare reclami più o meno fondati discrimini alcuni venditori rispetto ad altri. L'Autorità ritiene pertanto di confermare che il calcolo dell'indicatore di reclusività utilizzi il numero dei reclami ricevuti senza distinzioni fra presunti fondati e non fondati.
- 4.13 Con riferimento alla lettera c) di cui al precedente paragrafo 4.10 è bene specificare che in determinate circostanze sono già fissate regole straordinarie che sollevano la responsabilità dei venditori (come ad esempio nel caso del canone RAI) e, che l'articolo 13, comma 13.2 lettera b) del TIQV già disciplina il trattamento dei reclami multipli la cui responsabilità non è direttamente riconducibile al venditore. Di norma dunque i reclami per eventi straordinari e fuori dalla responsabilità dei venditori, sono già ricompresi nella regolazione e non vengono contabilizzati dai venditori. Qualora tuttavia si verificassero circostanze non già ricomprese nelle fattispecie regolate le imprese, come per altro già può avvenire, potranno sempre documentare, al momento della comunicazione dei dati, eventuali anomalie che, a loro parere, possano incidere significativamente nel calcolo dell'indicatore di reclusività.
- 4.14 Infine le ultime due criticità sollevate riguardano la dimensione geografica del mercato prevalente del singolo venditore (lettera d) e i reclami che hanno per argomento le materie di competenza del distributore (lettera e). Per quanto riguarda la lettera d) si sottolinea che il reclamo scritto segnala un disservizio individuale e che la propensione a reclamare in forma scritta è prevalentemente il risultato della gravità percepita del disservizio e della disponibilità di altri canali per risolverlo cioè di due dimensioni non strettamente correlate al territorio.
- 4.15 Con riferimento al secondo argomento, stante l'attuale regolazione che prevede che il venditore sia l'interfaccia unica del cliente finale con la sola esclusione dei casi in cui il cliente può anche scegliere di rivolgersi direttamente solo al distributore (reclami attinenti il servizio di distribuzione e misura), con le deliberazioni 413/2016/R/com e 28 dicembre 2016, 795/2016/R/com sono già stati ulteriormente efficientati i rapporti tra venditori e distributori finalizzati alla risposta a reclami dei clienti finali ed è stata eliminata la distinzione fra reclami semplici e reclami complessi anche tenuto conto dell'esiguo peso dei reclami

complessi sul totale. Nel 2016, ultimo anno in cui sono stati contabilizzati separatamente, i reclami complessi hanno infatti rappresentato il 7% del totale dei reclami.

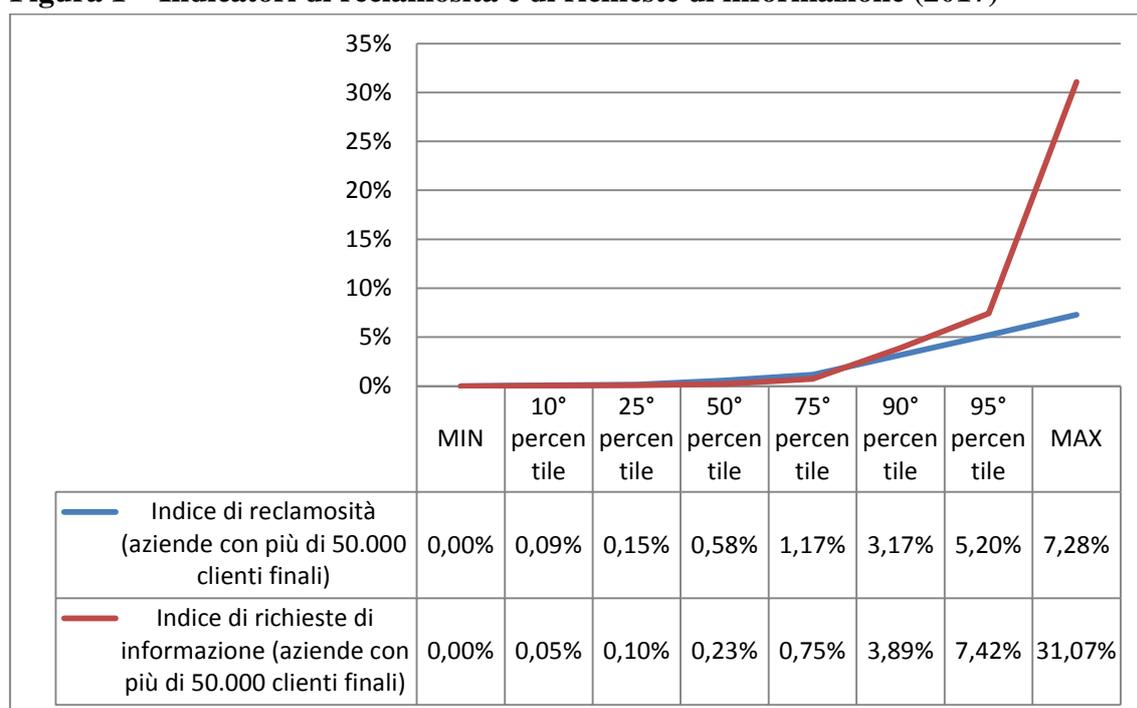
- 4.16 In sintesi l’Autorità ritiene che le criticità segnalate, pur non apparendo tali da minare la significatività dell’indicatore di reclusività, possano tuttavia fornire elementi di riflessione anche al fine di prevedere eventuali strumenti ulteriori, con cui gli operatori possano documentare significative anomalie

- Q5.** *Al di là di quanto già previsto dal TIQV per gli eventi straordinari e che sollevano la responsabilità del venditore di registrare puntualmente un reclamo, cosa si può classificare come situazione anomala? Con quale impatto sul calcolo dell’indicatore di reclusività?*
- Q6.** *Quali misure si suggeriscono per tener conto di una situazione “anomala”?*

Richieste di informazione

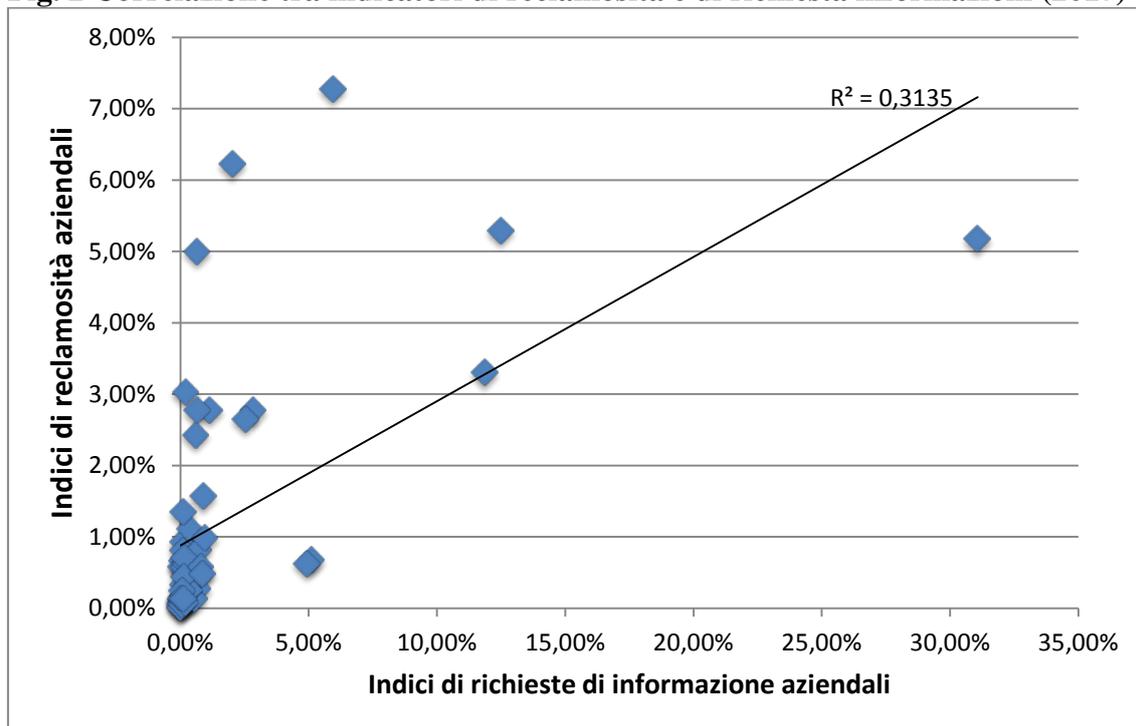
- 4.17 Dalla analisi dei dati relativi al 2017, ma una situazione analoga si delinea per il 2016, emerge che un sottogruppo di venditori sembrano ricevere un numero di richieste scritte di informazione molto superiore alla media (Figura 1). Ciò viene evidenziato dall’andamento della distribuzione dell’indicatore di reclusività in confronto all’indicatore di richiesta di informazione. Analizzando i percentili della distribuzione, si nota che fino al 75° percentile l’indice di reclusività è superiore all’indice di richiesta di informazione, mentre dal 90° percentile (ovvero per le aziende con gli indici di reclusività più elevati) l’indice di richiesta di informazione supera l’indice di reclusività. Dal 95° percentile l’indice di richiesta di informazione assume poi percentuali estremamente elevate rispetto all’indice di reclusività.

**Figura 1 – Indicatori di reclusività e di richieste di informazione (2017)**



- 4.18 La Figura 2 mostra la relazione tra l'indicatore di reclusività e l'indicatore di richiesta di informazione (ogni punto rappresenta un venditore), oltre alla retta di regressione e il coefficiente di correlazione tra i due indici. Dal grafico emerge che la maggioranza delle aziende si posiziona su valori inferiori al 3% sia per l'indicatore di reclusività sia per l'indicatore di richiesta di informazioni; si evidenzia tuttavia anche la presenza di alcune aziende "outlier", cioè che mostrano indicatori che si differenziano in modo molto marcato (ad esempio con un indicatore di reclusività molto basso ed un indicatore di richiesta di informazioni molto alto).
- 4.19 I dati che emergono potrebbero derivare sia da scelte commerciali (ad esempio campagne di lancio di nuovi prodotti), che da valutazioni discrezionali. In particolare, sotto quest'ultimo profilo, potrebbe prevalere una interpretazione flessibile del criterio da adottare, in caso di incertezza nella classificazione di una comunicazione in ingresso come reclamo o richiesta di informazione stabilito. L'articolo 8 comma 8.5 del TIQV prevede precisi criteri di discrezionalità, ma una interpretazione più flessibile di quella prevista può avere l'effetto di ridurre il rischio del pagamento di indennizzi in caso di mancato rispetto dello standard di risposta o di calmierare il numero dei reclami.
- 4.20 Alle luce di queste osservazioni l'Autorità ritiene opportuno disporre di una misura specifica dell'andamento delle richieste di informazione da affiancare, a quello dei reclami al fine di spiegare più compiutamente l'andamento delle performance aziendali sopra evidenziate anche alla luce delle semplificazioni introdotte dal nuovo TIQV che eliminando lo standard generale associato alle richieste di rettifica di fatturazione e riconducendolo nell'ambito dello standard specifico relativo ai reclami scritti può aver indotto i venditori a redistribuire le richieste di rettifica parte sui reclami e parte sulle richieste di informazione.
- 4.21 Pertanto l'Autorità intende, affiancare, almeno temporaneamente all'indicatore di reclusività l'indicatore che individua l'incidenza delle richieste di informazione ed effettuare verifiche mirate sulla qualità dei dati comunicati. Il periodo individuato ricomprenderebbe le annualità dal 2017 al 2020 anche in considerazione delle previsioni della legge 4 agosto 2017 n. 124. Il calcolo dell'indicatore avrebbe come base clienti la stessa utilizzata per l'indicatore di reclusività.

**Fig. 2 Correlazione tra indicatori di reclusività e di richiesta informazioni (2017)**



**Spunti per la consultazione**

- Q7.** *Si concordata sull'indicatore relativo alle richieste di informazione? Se no per quali motivi?*
- Q8.** *Si ritiene sufficiente il lasso temporale individuato o si ritiene che l'indicatore relativo alle richieste di informazione debba essere parte costante del monitoraggio?*

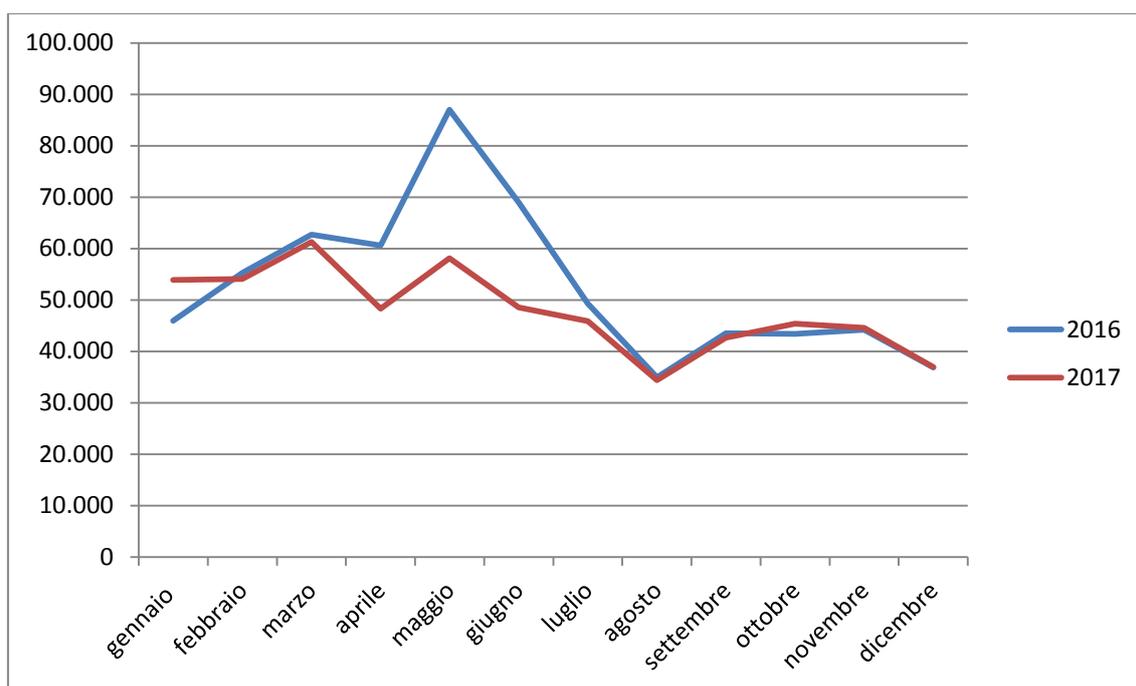
Capacità di risposta

4.22 Oltre all'indicatore di reclusività e di richiesta informazioni, viene proposto anche un indicatore di capacità di risposta costruito come rapporto tra numero di casi in cui nell'anno di riferimento la risposta al reclamo è stata fornita nei tempi previsti dallo standard e numero di reclami totali ricevuti nel medesimo anno. Attualmente i dati vengono registrati e comunicati su base mensile ma dal momento che le comunicazioni entrano (reclami e richieste di informazione) ed escono (comunicazione di risposta) con continuità, le informazioni registrate con riferimento ad un singolo mese riguardano universi non del tutto coincidenti e cioè i casi entrati attengono al mese, mentre i casi risposti entro lo standard e fuori standard potrebbero riferirsi sia a casi del mese che ai casi entrati nei mesi precedenti. Poiché la raccolta dati è una modalità statica di rilevazione, in quanto fotografa la situazione dei reclami ricevuti nell'anno di riferimento, al momento della comunicazione dei dati è possibile che ai reclami ricevuti negli ultimi 39 giorni del semestre non sia stata ancora inviata una risposta, senza che questo costituisca un inadempimento del venditore che, ai sensi della regolazione

vigente, è ancora in grado di rispettare i tempi previsti per l'invio della risposta motivata e il relativo standard specifico.

- 4.23 L'Autorità ritiene comunque corretto considerare nel calcolo dell'indicatore di capacità di risposta tutti i 12 mesi solari senza limitarsi ai primi 10 mesi dell'anno (per sterilizzare l'effetto eventuale dei casi senza risposta, ma ancora entro i termini stabiliti perché la risposta fosse fornita) nell'ipotesi che i casi senza risposta degli ultimi 39 giorni si compensino con le risposte dei primi due mesi dell'anno che comprendono anche i casi dell'anno precedente. Tale orientamento viene formulato dopo un'approfondita analisi dei reclami ricevuti mese per mese nel 2016 e 2017 (Figura 3) che non ha evidenziato alcuna polarizzazione nei mesi di novembre e dicembre rispetto agli altri mesi dell'anno. Se si fosse verificato un picco di ingresso negli ultimi mesi dell'anno ciò avrebbe potuto generare scostamenti significativi tra il numero di reclami dell'anno e il numero di risposte ai reclami per lo stesso anno con un impatto sull'indice di capacità di risposta. Poiché tuttavia tale fenomeno non è escludibile a priori, verifiche sulla significatività dell'indicatore di capacità dovranno essere effettuate anno per anno.

**Fig.3 Flusso reclami mensili anni 2016 e 2017**



- 4.24 L'indice di capacità di risposta così calcolato è una buona rappresentazione della tempestività del *customer care* nella gestione dei reclami. Questo indicatore non consente invece di misurare l'efficacia e la qualità della risposta, aspetti che sono invece inclusi nei temi esplorati dall'indagine sulla soddisfazione per la risposta ai reclami scritti e alle richieste di informazioni scritte di cui ai successivi paragrafi. Per il 2017 l'indicatore di capacità di risposta reclami di sistema si è attestato intorno all'84%.

**Tab. 1 – Indice di capacità di risposta reclami (2017)**

Venditori	Reclami	Risposta negli standard	Indice di capacità di risposta
<b>550*</b>	<b>574.171</b>	<b>481.877</b>	<b>83,92%</b>

- \*Venditori che hanno comunicato i dati in base all'articolo 36 del TIQV.
- \*\* i dati sono riferiti alle comunicazioni presenti in banca dati al 30 giugno 2018.

Indici compositi e ordine di classificazione delle graduatorie

- 4.25 Anche in considerazione degli esiti delle precedenti consultazioni, l'Autorità non è orientata a proporre un indicatore composito, ma ritiene più trasparente e semplice affiancare in una unica tabella i quattro indicatori descritti che segnalano, rispettivamente, la quantità di reclami ricevuti, la capacità di risposta ai reclami, la quantità di richieste di informazione ricevute e la capacità di risposta alle richieste di informazione. L'ordine di graduatoria dovrebbe essere dato dall'indicatore più rappresentativo, cioè l'indicatore di reclusività presentato in ordine crescente, dal venditore che ha ricevuto meno reclami in rapporto ai propri clienti al venditore che ne ha ricevuti di più. La graduatoria assumerebbe pertanto la forma non di una singola classifica, quanto piuttosto di una tabella comparativa in cui i clienti possono vedere evidenziate le principali performance del venditore nella gestione delle comunicazioni scritte e possono valutare liberamente se, ai fini delle loro scelte, ritengono come un indicatore più significativo la quantità dei reclami ricevuti da un venditore piuttosto che la sua capacità di gestirli.
- 4.26 L'Autorità ritiene che la comparazione debba avvenire fra venditori che operano sullo stesso segmento di mercato (ad esempio: clienti domestici/energia elettrica) per evitare che la diversa composizione del portafoglio clienti di ciascun venditore possa falsare il confronto. In generale i clienti mostrano infatti una diversa propensione a reclamare sia in riferimento al mercato di riferimento (libero o tutelato) sia al prevalente utilizzo dell'energia (domestico o altri usi).
- 4.27 A fini di monitoraggio gli indicatori saranno calcolati per tutte le tipologie di clienti/fornitura, l'Autorità propone tuttavia di limitare la pubblicazione comparativa ai soli indicatori riferiti al mercato libero e ai clienti domestici ed usi diversi alimentati in bassa tensione e in bassa pressione. Tale orientamento, tenuto conto dell'impatto delle graduatorie sulla reputazione delle imprese, si pone nella prospettiva di incentivare il miglioramento del servizio, stimolando le imprese a porre in atto strategie più orientate verso il cliente finale, in termini di assistenza alle problematiche e conseguente risoluzione.

### **Spunti per la consultazione**

- Q9.** *Si concorda di costruire l'indicatore di capacità di risposta avendo a riferimento tutti i 12 mesi dell'anno n? Si individuano eventuali criticità al riguardo? Se si quali?*
- Q10.** *Si concorda di ordinare la graduatoria sulla base dell'indicatore di reclamosità e di pubblicare affiancati all'indicatore di reclamosità l'indicatore di capacità di risposta e gli altri due indicatori? Se no per quali motivi?*
- Q11.** *In alternativa al criterio indicato al punto 4.25 si ritiene opportuno pubblicare due distinte graduatorie una con indice di reclamosità e di capacità di risposta ai reclami ordinata per indice di reclamosità e la seconda con indice di richiesta di informazioni e di capacità di risposta alle richieste di informazioni, ordinata per indice di richiesta di informazione?*
- Q12.** *Si ritiene opportuno che la pubblicazione comparativa possa riguardare distintamente (due distinte tabelle comparative) i venditori con almeno 50.000 clienti e tutti gli altri venditori al fine di preservare un certo grado di omogeneità anche avendo a riferimento la dimensione aziendale in termini di clienti serviti?*

### **5. L'indagine di customer satisfaction e gli indici di soddisfazione aziendali**

- 5.1 Gli indicatori di cui al Box 4 sono quantitativi e non consentono di trarre alcuna conclusione sulla qualità e completezza della risposta ricevuta ad un reclamo o ad una richiesta di informazione scritta e sul suo grado di risolutività. Se è infatti importante che i venditori si pongano nella condizione di rispondere tempestivamente alle richieste scritte dei loro clienti è altrettanto cruciale che la risposta che forniscono sia esaustiva e di semplice comprensione. Nell'esperienza di 10 anni di trattazione di reclami di secondo livello, da parte dello Sportello emerge con chiarezza che molti reclami divengono controversie perché la prima risposta del venditore è risultata lacunosa.
- 5.2 In tema di misure per migliorare la qualità e completezza delle risposte, l'articolo 38 del TIQV prevede che l'Autorità effettui annualmente una indagine di soddisfazione presso i clienti che hanno ricevuto una risposta ad un reclamo scritto o ad una richiesta scritta di informazione, al fine di rilevare la soddisfazione dei clienti finali in termini di completezza e semplicità delle risposte ricevute e le aspettative dei medesimi clienti sui diversi fattori che possono concorrere alla qualità della risposta.
- 5.3 Al riguardo l'Autorità, con la deliberazione 474/2017/E/Com, ha avviato una indagine pilota in tema di soddisfazione dei clienti finali per le risposte a reclami scritti o richieste di informazioni ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas naturale che ha consentito di individuare:
- a. i fattori chiave della qualità delle risposte come percepiti dai clienti finali;
  - b. i quesiti da sottoporre ai clienti;
  - c. il peso dei fattori che influenzano maggiormente la soddisfazione dei clienti in relazione alla risposta ricevuta;
  - d. la validità della metodologia e la robustezza del modello per l'individuazione dell'indice di *customer satisfaction*.

- 5.4 In particolare, l'indagine demoscopica ha consentito di costruire e testare l'indicatore di soddisfazione (di seguito: ICS), che può essere calcolato anche per il singolo venditore, purché l'impresa stessa riceva nel corso dell'anno un numero di reclami/ricieste di informazioni tali da consentire di effettuare un numero di interviste statisticamente significativo. L'indice sintetico di *customer satisfaction* (ICS) rappresenta la media ponderata degli indici di soddisfazione dei clienti su 7 fattori specifici di qualità<sup>16</sup> sottoposti al giudizio dei clienti stessi, assegnando un peso per ciascuno dei fattori in base ai giudizi di importanza espressi dai clienti in risposta ad una domanda esplicita. Nell'Appendice 1 vengono riassunti i principali risultati dell'indagine pilota, già presentati agli *stakeholder* e che verranno dettagliatamente descritti nel Rapporto reclami 2017 (ad esclusione, dei dati aziendali in considerazione della sperimentaltà dell'indagine). Il Rapporto reclami 2018 dovrebbe invece contenere anche gli indicatori di soddisfazione individuali.
- 5.5 L'Autorità ritiene che la pubblicazione comparativa degli indicatori di soddisfazione individuali a partire dagli esiti dell'indagine di soddisfazione attualmente in corso<sup>17</sup> sia un necessario complemento alla pubblicazione degli indicatori quantitativi sopra descritti e fornisca al cliente finale un quadro completo delle misure poste in essere dal venditore per gestire il problema che il cliente rileva o percepisce e segnala all'impresa. La pubblicazione comparativa dell'indice di soddisfazione appare inoltre avere un effetto virtuoso, poiché agisce come incentivo per l'impresa a migliorare la soddisfazione del proprio cliente e la percezione del proprio marchio presso i clienti finali. La graduatoria verrebbe ordinata in ordine decrescente, dal venditore con l'indicatore di soddisfazione più alto a quello con l'indicatore più basso.
- 5.6 L'obiezione spesso avanzata dai venditori che i clienti finali che non sarebbero informati adeguatamente della regolazione di settore e pertanto potrebbero valutare come inadeguate risposte che, pur corrette, non risultano coerenti con le aspettative di risoluzione del cliente stesso, ha certamente un fondamento (non ultima l'indagine pilota ha riscontrato questo comportamento). Tuttavia tale fenomeno è trasversale e ortogonale rispetto al venditore poiché colpisce in modo indiscriminato tutte le imprese e si riverbera trasversalmente nel calcolo dell'ICS individuale, non generando vantaggi o svantaggi su singole imprese.
- 5.7 Poiché, infine, durante l'intervista si richiede al cliente di dichiarare anche l'oggetto del suo reclamo, eventuali impatti sulla soddisfazione che dipendano ad esempio da reclami su aspetti connessi all'attività di distribuzione e misura potranno essere enucleati.

---

<sup>16</sup>In particolare i 7 fattori di qualità percepita considerati nell'indagine pilota emersi come più rilevanti dai focus group della fase qualitativa sono stati:

- la comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta;
- la precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo;
- la precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato;
- la chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti;
- le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo;
- la documentazione allegata;
- la chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto

<sup>17</sup> Le interviste da parte della società incaricata dall'Autorità sono iniziate a metà del corrente mese di settembre e si concluderanno entro il 31 dicembre 2018.

**Spunti per la consultazione**

**Q13.** *Si concorda di pubblicare la graduatoria dell' indice di soddisfazione relativo all'indagine di customer satisfaction? Se no per quali motivi?*

# APPENDICI

## ***Appendice 1- indagine Pilota qualità delle risposte ai reclami***

### **1. Gli obiettivi dell'indagine pilota**

In tema di misure per migliorare la completezza delle risposte ai reclami e alle richieste di informazioni, l'articolo 38 del TIQV, introdotto con la deliberazione 413/2016/R/com, prevede che l'Autorità effettui annualmente un'indagine di soddisfazione presso i clienti che hanno ricevuto una risposta ad un reclamo scritto, al fine di rilevare la soddisfazione dei clienti finali in termini di completezza e semplicità delle risposte ricevute e le aspettative dei medesimi clienti sui diversi fattori che possono concorrere alla qualità della risposta.

L'Autorità con la deliberazione 474/2017/E/com ha avviato una indagine pilota in tema di soddisfazione dei clienti finali per le risposte a reclami scritti o richieste di informazioni ricevute dalle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale.

L'indagine pilota, sperimentale rispetto all'indagine annuale prevista dal TIQV, è stata finalizzata ad acquisire elementi utili per individuare:

- i fattori chiave della qualità delle risposte come percepiti dai clienti finali;
- gli elementi necessari a definire il questionario da utilizzare per la somministrazione dei quesiti da sottoporre ai clienti nell'indagine;
- l'ordine di prevalenza e il peso dei fattori che influenzano maggiormente la soddisfazione dei clienti in relazione alla risposta ricevuta;
- la numerosità minima del campione da intervistare per ciascuna azienda per ottenere risultati statisticamente significativi (cioè con un margine di errore considerato accettabile per il confronto tra aziende);
- le metodologie di rilevazione più consone in relazione agli scopi dell'indagine, prendendo come riferimento la metodologia dell'indagine sui call center, che negli anni ha dato buoni risultati in termini di miglioramento dei servizi ai clienti.

Sono state coinvolte 6 imprese esercenti l'attività di vendita (che avevano ricevuto nel secondo semestre 2016 in media almeno 1.500 reclami scritti al mese) e hanno aderito volontariamente altre 3 imprese che avevano ricevuto nel corso del secondo semestre 2016 in media almeno 300 reclami scritti al mese. Tale adesione volontaria ha consentito di disporre di un campione ancora più significativo di clienti e di verificare la fondatezza della metodologia statistica anche su imprese con campioni di numerosità inferiore.

Obiettivo dell'indagine pilota è stato non solo quello di verificare la percezione dei clienti rispetto alle risposte scritte fornite dai venditori ai loro reclami, ma anche quello di identificare le aree di maggior criticità nel trattamento dei reclami nonché gli elementi che emergono come *best practice* al fine di individuare possibili aree prioritarie di intervento.

## 2. Lo svolgimento dell'indagine e la consultazione degli stakeholder

L'indagine pilota si è articolata in due fasi: **una fase qualitativa** (*focus group* e interviste in profondità con clienti con esperienza di reclamo) tra la fine di luglio e la fine di settembre 2017 e una **fase quantitativa** (1.014 interviste telefoniche a clienti che avevano ricevuto una risposta scritta nei giorni precedenti alla chiamata). Le interviste telefoniche della fase quantitativa sono state effettuate tra il 3 e 23 ottobre 2017. Al termine dall'elaborazione dei risultati è stato messo a punto un **indice sintetico di customer satisfaction (ICS)** che rappresenta la media ponderata degli indici di soddisfazione dei clienti sui 7 fattori specifici di qualità sottoposti al giudizio dei clienti, assegnando un peso per ciascuno dei fattori in base ai giudizi di importanza espressi dai clienti attraverso una domanda esplicita.

Le varie fasi del processo sono state illustrate in tre successivi incontri tecnici sia con le associazioni dei clienti domestici sia con le associazioni di impresa nel corso dei quali è stato richiesto un contributo sulle proposte formulate. Anche alle associazioni rappresentative delle PMI è stato reso disponibile il materiale riferito ai primi esiti dell'indagine. E' stato inoltre costituito un gruppo di coordinamento con le imprese coinvolte nell'indagine pilota per concordare le modalità operative (la fornitura degli elenchi di clienti, etc.).

Infine, alle imprese coinvolte è stato chiesto di inserire nelle lettere di risposta inviate (fra il 1 settembre ed il 23 ottobre 2017) un apposito messaggio per preannunciare l'effettuazione dell'indagine e aumentare il tasso di adesione alle interviste nonché per dare le informazioni obbligatorie ai sensi della normativa sulla privacy.

## 3. Principali risultati

Dall'indagine pilota è emerso che:

1. **I clienti** prima di presentare un reclamo scritto **tentano di risolvere il problema utilizzando gli altri canali di contatto** messi a disposizione dall'impresa di vendita: in particolare il 61,4% si è rivolto prima al call center, mentre il 4,8% è andato agli sportelli dell'azienda e/o presso punti di contatto fisici. A questi si aggiunge un 7,4% di clienti che è già al secondo reclamo scritto. Solo il 23% invece ha scritto subito il reclamo. La maggioranza dei clienti intervistati è arrivata quindi alla presentazione del reclamo scritto a valle di precedenti contatti risultati insoddisfacenti.
2. **I clienti non conoscono i propri diritti:** il 69% di quanti si dichiarano insoddisfatti della risposta ricevuta al proprio reclamo scritto non sanno che possono tentare ulteriormente di risolvere il problema attraverso le procedure di conciliazione; il 79% non sa che esistono degli indennizzi in caso di mancato rispetto degli standard specifici previsti per la risposta<sup>18</sup>. In sede di indagine qualitativa è anche emerso che è ancora poco diffusa la consapevolezza del diverso ruolo del venditore e del distributore e non sempre sono chiare le modalità di inoltro di un reclamo (nonostante la pubblicazione obbligatoria in bolletta di almeno un recapito per l'invio di un reclamo scritto e le attività di informazione e comunicazione rivolte ai clienti). La mancanza di consapevolezza sulle regole può influire anche sulla percezione o meno della completezza delle risposte.

---

<sup>18</sup> L'articolo 15 del TIQV prevede che entro 40 giorni solari debba essere fornita una risposta motivata.

3. Per quanto riguarda la **soddisfazione complessiva** rispetto alla risposta ricevuta, il 47% dei clienti giudica negativamente la risposta ricevuta, mentre il restante 53% è invece complessivamente soddisfatto (Tabella 1). Va rilevato che fra gli insoddisfatti c'è una componente rilevante (il 20,5%) di “gravemente insoddisfatti” particolarmente elevata fra i delegati ufficiali (associazioni dei consumatori o avvocati che presentano il reclamo per conto del cliente).

**Tabella A1 - Soddisfazione e insoddisfazione generale complessiva e per ruolo dell'intervistato**

	Il cliente che ha presentato il reclamo	Un delegato personale (parente, amico, conoscente)	Delegato Ufficiale	TOTALE
Totalmente soddisfacente	20,5%	21,2%	7,2%	<b>20,4%</b>
Abbastanza soddisfacente	33,2%	31,1%	35,3%	<b>32,9%</b>
<b>SODDISFATTI</b>	<b>53,7%</b>	<b>52,3%</b>	<b>42,5%</b>	<b>53,2%</b>
Insoddisfacente	26,0%	27,6%	27,2%	<b>26,3%</b>
Gravemente insoddisfacente	20,3%	20,1%	30,2%	<b>20,5%</b>
<b>INSODDISFATTI</b>	<b>46,3%</b>	<b>47,7%</b>	<b>57,5%</b>	<b>46,8%</b>

4. Per quanto riguarda i **motivi di insoddisfazione** il 74,7% dei clienti intervistati che giudica insoddisfacente la risposta ricevuta ritiene che l'impresa non abbia risolto il problema sottoposto mentre il 23,3% ritiene che l'impresa sia stata poco chiara e trasparente nelle risposte. Come emerso anche dall'indagine qualitativa i clienti insoddisfatti hanno la percezione che l'impresa non si occupi del singolo problema che viene sottoposto dal cliente e che l'atteggiamento nei confronti del reclamo sia superficiale (risposte standardizzate, scarsa personalizzazione, mancata dimostrazione che l'azienda ha preso effettivamente in carico con precisione e approfonditamente la problematica presentata dal cliente).
5. Per quanto riguarda **gli specifici fattori di qualità della risposta**, andando più a fondo nel valutare la soddisfazione o insoddisfazione complessiva, dalle interviste condotte con la fase quantitativa è risultato che i 4 fattori (sui 7 indagati)<sup>19</sup> che determinano in maniera rilevante l'insoddisfazione sono:

<sup>19</sup> In particolare i 7 fattori di qualità percepita considerati nell'indagine pilota emersi come più rilevanti dai focus group della fase qualitativa sono stati:

- la comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta;
- la precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo;
- la precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato;
- la chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti;
- le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo;
- la documentazione allegata;
- la chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto.

- la chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto (41% di insoddisfatti);
- le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo (40,2% di insoddisfatti);
- la chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti (37% di insoddisfatti);
- la precisione e la completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo (24,8% di insoddisfatti).

**In estrema sintesi:** i livelli di insoddisfazione circa la qualità delle risposte ricevute sono elevati ed in qualche modo aggravati dal fallimento di precedenti tentativi di risolvere il problema

#### 4. L'indicatore di soddisfazione

**L'indicatore di Soddisfazione ICS** viene calcolato secondo la seguente procedura:

- a. individuazione di 7 fattori di qualità percepita da sottoporre al giudizio degli intervistati unitamente a un giudizio generale "overall";

I 7 fattori di qualità percepita considerati nell'indagine pilota sono:

- la comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta;
  - la precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo;
  - la precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato;
  - la chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti;
  - le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo;
  - la documentazione allegata;
  - la chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto;
- b. 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;
  - c. 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;
  - d. 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;
  - e. valutazione ex post di una stima del margine di errore, determinato mediante una procedura statistica di *bootstrap* su 1.000 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;

- f. 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 l'**attribuzione dei pesi** con cui i fattori contribuiscono all'indice sono stati testati due metodi:

- Il primo attribuisce i pesi in maniera implicita attraverso un coefficiente beta standardizzato calcolato con una regressione categorica (metodo attualmente utilizzato per l'indagine sui call center);
- Il secondo attribuisce i pesi dei fattori in base alle preferenze esplicite dichiarate dagli intervistati.

Entrambi sono metodi validi ma in questo caso il primo metodo attribuisce ai soli primi due fattori oltre il 66% dei pesi; mentre il secondo attribuisce il peso del 73% su più fattori. Poiché lo scopo dell'indice è invece quello di disporre di una misura di sintesi che permette di esprimere l'interno fenomeno osservato e di registrare il più possibile le variazioni dei diversi fattori monitorati funzionali agli obiettivi di miglioramento delle risposte pare più opportuno utilizzare il metodo che attribuisce i pesi in base alle preferenze esplicite espresse dagli intervistati.

Per la determinazione dell'ICS di ogni singola azienda verrà poi 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 venditori 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<sub>ijk</sub>* = 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.

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:

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

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

Per stimare il margine di errore unilatero sinistro dell'indice CSI 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 venditore partecipante all'indagine vengono estratti dal campione della rilevazione 1.000 campioni di numerosità pari allo stesso, con reimmissione. Per ciascuno dei 1.000 campioni *bootstrap* viene calcolata la stima dell'indice ICS come descritto sopra, con i pesi determinati in base alle risposte dei clienti. Ordinando i 1.000 indici ICS così ottenuti in ordine ascendente, la stima ICS corrisponderà al 50° ICS.

## *Appendice 2 - Pubblicazione comparativa dei dati sui reclami nel mercato dell'energia: esperienze internazionali*

### **Regno Unito**

Recentemente Ofgem ha emanato nuove direttive per quanto riguarda la pubblicazione dei dati relativi ai reclami dei clienti finali da parte dei venditori. In particolare va sottolineato che i reclami a cui si riferisce Ofgem non sono solo i reclami scritti ma “any expression of dissatisfaction made to an organization, related to any one or more of its products, its services or the manner in which it has dealt with any such expression of dissatisfaction where a response is either provided by or on behalf of that organization at the point at which contact is made or a response is explicitly or implicitly required or expected to be provided thereafter”

Dati e statistiche sono pubblicate sul sito di Ofgem nella pagina: “Compare supplier performance on complaints” e sui siti dei venditori in una apposita sezione.

Sul sito di Ofgem vengono in particolare pubblicati dei grafici con dati quadrimestrali (dal 2018, con dati mensili) sui seguenti dati:

Reclami ricevuti per 100.000 clienti (10.000 per i venditori di piccole dimensioni).

Reclami ricevuti e risolti alla fine del primo giorno lavorativo.

Reclami ricevuti e risolti entro otto settimane.

I grafici vengono presentati, separatamente, per i sei venditori più grandi, i venditori medi e quelli piccoli.

Non viene data alcuna definizione di reclamo “risolto”, tuttavia si chiarisce che qualora un cliente ripresenti un nuovo reclamo ritenendo inadeguata la “risoluzione”, questo viene contabilizzato come un nuovo reclamo.

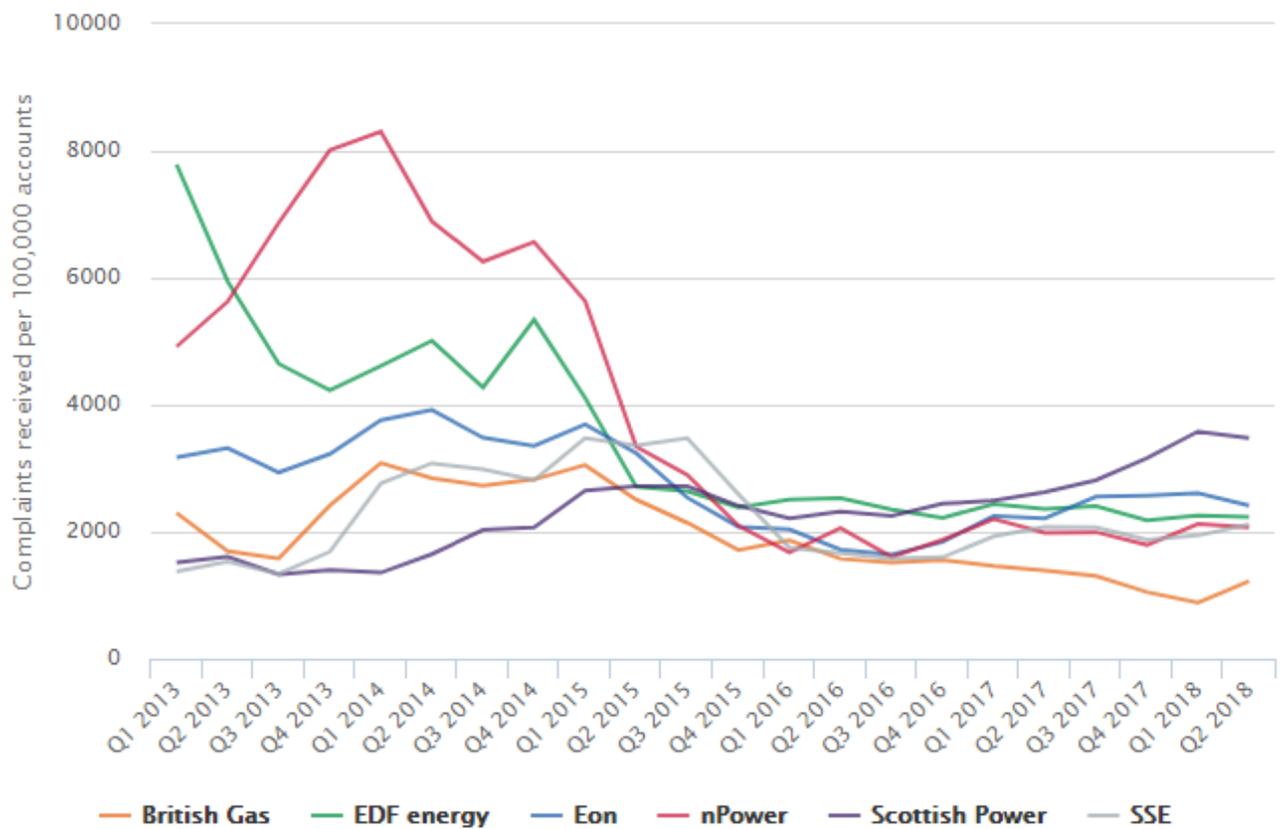
Ofgem pubblica inoltre un report su reclami e soddisfazione del cliente in merito alla qualità commerciale della vendita, “ Customer satisfaction with energy supplier complaints handling”. Nel report è presente la distribuzione di reclami per venditore (solo grandi e medi) pesata per la rappresentatività del venditore nel mercato (il dato mostrato è la frequenza).

I dati sono aggregati per elettricità e gas. Sul sito, i grafici sono mostrati aggregando clienti domestici e microimprese, mentre nel report i due tipi di cliente vengono separati.

Il disclaimer sul sito di Ofgem evidenzia come i dati non siano stati verificati dal regolatore ma che un paio di operatori siano stati indagati per aver infranto la regolazione sulle comunicazioni.

Per ulteriori approfondimenti: <https://www.ofgem.gov.uk/consumers/energy-supplier-comparison-data/compare-supplier-performance-complaints>

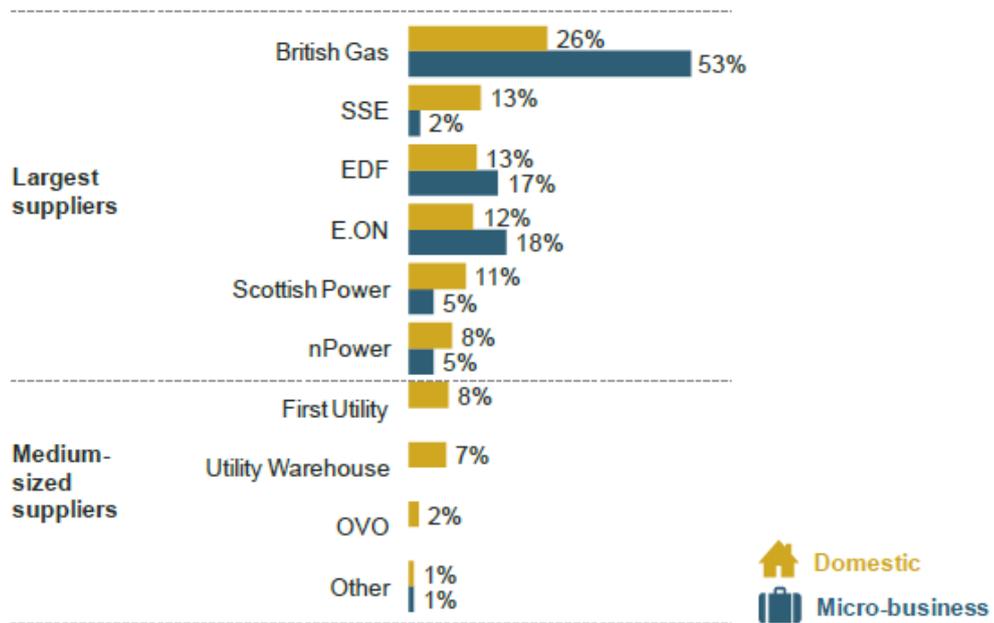
## Complaints received by the six large suppliers per 100,000 customer accounts



[Chart Link](#)

Source: Suppliers data.  
Information correct as of: August 2018

Figure 5: Complaints distribution across domestic and micro-business suppliers.



## Australia

Il regolatore federale australiano riporta le informazioni circa i reclami ai venditori in un rapporto annuale sul mercato al dettaglio.

I dati sono comunicati dai venditori al regolatore per i clienti domestici. In primis, viene mostrato il tasso di reclamosità per 100 clienti diviso per giurisdizione (Queensland, South Australia, New South Wales, ACT, Tasmania) e tipo di reclamo (fatturazione, pratiche commerciali, switching/fornitura, altro). Il dato è presentato per biennio e a livello di mercato (e non di venditore).

Nel rapporto è inserito un disclaimer che evidenzia come i dati debbano comunque essere letti in un contesto più ampio; ad esempio, alcuni reclami potrebbero riguardare questioni al di fuori della portata del venditore: “

Nel rapporto è inserito un elenco di venditori, stato per stato, con il numero (assoluto) di reclami in un biennio, la differenza con il biennio precedente e il numero di reclami al venditori che sono passati per l'ombudsman (con relativa differenza con il biennio precedente); viene inoltre mostrata la percentuale di reclami all' ombudsman sul totale di reclami (quelli che passano all' ombudsman sono considerati reclami critici in quanto non risolti dal venditore). Graficamente, l'aumento o il declino dei reclami è mostrato con una freccia. Un esempio riferito allo stato del Queensland è rappresentato nella tabella riportata di seguito.

Fonte: [https://www.aer.gov.au/system/files/201516%20AER%20Annual%20Report%20on%20the%20Performance%20of%20the%20Retail%20Energy%20Market\\_1.PDF](https://www.aer.gov.au/system/files/201516%20AER%20Annual%20Report%20on%20the%20Performance%20of%20the%20Retail%20Energy%20Market_1.PDF)

Table 2.2: Small customer complaints made to each retailer and the respective ombudsman in 2015–16

Retailer	Complaints to Retailer		Complaints to ombudsman <sup>15</sup>		Ombudsman Complaints as % of total Complaints
	2015–16	Change	2015–16	Change	
<b>Queensland</b>					
AGL	15 253		1 109	▼319	7%
Click Energy	400		180	▼251	45%
Diamond Energy	15		5	▲3	33%
EnergyAustralia	1 768		488	▼349	28%
Ergon Energy Queensland	4 860		640	▼39	13%
ERM Power Retail	1		0	0	0%
Locality Planning Energy	6		1	-	17%
Lumo Energy	2 314		279	▲14	12%
M2 Energy <sup>16</sup>	384		64	▼5	17%
Metered Energy Holdings	1 347		N/A <sup>17</sup>	-	N/A
Momentum Energy	2		6	▲4	300%
Origin Energy	197 878		2 058	▼770	1%
Powerdirect	709		285	▲42	40%
QEnergy	87		50	▼41	57%