

Revisione della regolazione in materia di qualità dei servizi di assistenza ai clienti delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale

Consultazione ARERA 205/2025/R/com del 20 maggio 2025

Osservazioni di Eletticità Futura, Proxigas e Utilitalia

23 giugno 2025

Osservazioni generali

Con il presente documento ringraziamo ARERA per l'opportunità di condividere riflessioni e proposte in merito agli orientamenti illustrati nel DCO 205/2025 e nella seconda riunione del *Focus Group* dello scorso 6 giugno con le associazioni rappresentative dei clienti e dei venditori, sulle possibili modifiche alla regolazione attualmente in vigore, con riferimento sia alla qualità commerciale sia alla qualità dei servizi telefonici delle imprese di vendita.

In linea generale, come già espresso nelle osservazioni inviate a seguito della prima riunione del Focus Group del 14 febbraio u.s., **si condividono gli obiettivi indicati nella Delibera 548/2024/R/com** di avvio di procedimento per la revisione del TIQV, volti a promuovere l'*empowerment* del cliente finale, accrescendone la capacità decisionale utilizzando procedure che possano da una parte rafforzare gli strumenti attuali di tutela e dall'altra migliorare ancora di più l'accesso ai servizi di assistenza attraverso l'adozione, da parte delle imprese di vendita, di nuovi canali di accesso e di nuovi servizi.

In tal senso, si conferma che tali obiettivi saranno più facilmente perseguibili se gli interventi regolatori prospettati riusciranno ad evitare situazioni di maggiore rigidità nell'utilizzo degli strumenti già a disposizione del cliente e di quelli che verranno attivati ad integrazione dei precedenti. In caso contrario, i menzionati interventi potrebbero determinare effetti opposti, senza migliorare i livelli di efficienza e di chiarezza dei riscontri, comportando peraltro un incremento di costi che potrebbe poi ripercuotersi nei confronti dei clienti finali stessi.

ARERA propone che la nuova disciplina trovi applicazione dal 1° gennaio 2026 (ad eccezione dei nuovi obblighi in materia di comunicazione dei dati dell'Autorità e della relativa pubblicazione). **Tale tempistica risulta critica** considerando i processi di autorizzazione dei budget aziendali e conseguentemente la necessità degli operatori di pianificare con congruo anticipo gli interventi da effettuare; interventi che si andranno a sommare a quelli già in corso di pianificazione per effetto dell'evoluzione della normativa e della regolazione e che in particolare, relativamente agli interventi in materia di comunicazione dei dati di qualità commerciale, dovrebbero decorrere dall'inizio di un anno solare. Pertanto, si propone di **prevedere un'implementazione delle nuove disposizioni del TIQV per step, partendo dal 1° gennaio 2026 con una prima tranches di interventi** (quali la revisione della struttura della risposta ai reclami, degli indici di reclusività e delle informazioni da inserire sul sito internet sui canali di assistenza) **e posticipare gli altri più impattanti a un momento successivo coincidente con l'inizio di un anno solare, e pertanto al 1° gennaio 2027** (in particolare quelli che richiedono adeguamenti più onerosi con sviluppi lunghi di processo come le misure relative all'implementazione della possibilità di presentare reclamo attraverso l'"area personale", le attività di rendicontazione e raccolta per ARERA di dati sul mercato l'obbligatorietà del canale telematico, l'eventuale inserimento di una nuova e diversa tabella nei documenti contrattuali).

Come indicato nelle osservazioni ai quesiti puntuali, **il tema del reclamo telefonico dal nostro punto di vista è sicuramente l'aspetto più critico della consultazione e pertanto riteniamo che sia necessario approfondirlo**

ulteriormente, eventualmente tramite un confronto ad hoc con gli operatori. Da ciò ne consegue che le tempistiche di implementazione di questa misura dovrebbero essere rimodulate a valle di tale approfondimento.

Riteniamo inoltre importante che con ARERA e AU si effettui una riflessione su approfondita sugli interventi relativi alla comparazione dei livelli individuali di qualità (es. scheda qualità - tempo medio) e pertanto, anche per questi, sarebbe a questo punto necessario uno slittamento delle tempistiche di implementazione.

C'è da considerare infatti che queste modifiche saranno con ogni probabilità concomitanti con quelle attinenti alla maggiore confrontabilità delle offerte e allo switching in 24h (a meno che le tempistiche preventivate nel DCO saranno riviste), altrettanto sfidanti e complesse.

Riteniamo infine che gli interventi di modifica del TIQV dovranno contemporaneamente soddisfare sia il principio della ragionevolezza, in termini di tempistiche di implementazione, sia il principio della proporzionalità tra benefici attesi e costi in capo ai venditori.

Come già espresso in altre sedi, **riteniamo necessario una razionalizzazione dell'ambito di applicazione delle discipline di tutela "non di prezzo"**, uniformandolo con gli ambiti degli altri interventi che nel corso del processo di liberalizzazione si sono susseguiti alla luce del mutato contesto normativo e delle diverse esigenze di tutela dei clienti finali dell'energia.

Osservazioni puntuali

Q1. Si condividono gli orientamenti relativi alla ridefinizione dell'ambito di applicazione complessivo del TIQV? In caso contrario, quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Si ritiene che l'azione di *empowerment* dell'Autorità si debba effettivamente concentrare sul cliente domestico o non domestico di piccole dimensioni. Per tale motivo si ritiene che l'esclusione delle medie tensioni dall'ambito di applicazione del TIQV non sia sufficiente: **occorre restringere il perimetro escludendo le pubbliche amministrazioni e i clienti di grandi dimensioni** che, seppur in bassa tensione o con consumi annui gas complessivamente inferiori alle soglie previste, già partecipano attivamente e consapevolmente sul mercato e sono in grado di gestire autonomamente il proprio rapporto con il venditore senza ulteriori strumenti di tutela.

Tali clienti possono essere **individuati attraverso driver oggettivi grazie alle informazioni già presenti nel Sistema Informativo Integrato**. Nello specifico, con riferimento ai servizi di ultima istanza a cui avrebbero diritto i clienti titolari delle forniture elettriche e gas andrebbero esclusi:

- lato elettrico i **clienti BT** che, pur non avendo nessun punto in MT, presentano caratteristiche soggettive – in termini di fatturato annuo e dipendenti – tali da rientrare nel **servizio di salvaguardia** di cui all'art. 54.2 TIV;
- lato gas, i clienti titolari di PdR "**altri usi**" **gas** di cui al comma 2.3, lettera d) TIVG **con consumo complessivo superiore a 50.000 Smc/anno** che avrebbero diritto al **servizio di default distribuzione**.

Guardando al servizio di Maggior tutela e considerata la sua natura residuale e il fatto che è progressivamente destinato a ridursi fino a cessare, riteniamo che il costo degli sviluppi necessari sovrasterebbe di molto i benefici. Pertanto, proponiamo di non applicare le misure a questo segmento di mercato.

Infine, con lo scopo di perseguire una logica di coerenza sistematica, chiediamo che il nuovo perimetro applicativo proposto sia esteso non solo alla disciplina inerente alla Conciliazione definita dal TICO (dal momento che si tratta di uno *step* successivo alla proposizione di un reclamo non risolto in maniera soddisfacente secondo il cliente), bensì anche alle altre discipline quali il Codice di Condotta Commerciale e la bolletta.

Riprendendo quanto riportato in premessa, evidenziamo come le considerazioni appena esposte confermano ulteriormente la necessità di razionalizzare l'ambito di applicazione delle discipline di tutela "non di prezzo", uniformandolo con gli ambiti degli altri interventi che nel corso del processo di liberalizzazione si sono susseguiti alla luce del mutato contesto normativo e delle diverse esigenze di tutela dei clienti finali dell'energia. Sul tema riteniamo fondamentale avviare al più presto un tavolo di confronto dedicato con gli stakeholder.

Q2. Si condividono gli orientamenti in materia di accessibilità del servizio di assistenza e dei relativi canali di contatto sopra descritti? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Proponiamo che l'obbligo di predisporre un recapito postale per lo scambio di informazioni possa essere mantenuto esclusivamente per la Maggior Tutela (MT) o per i Servizi di Ultima Istanza, ma che non venga esteso generalmente a tutti i segmenti di mercato. Per i mercati diversi da MT o Servizi di ultima istanza quindi proponiamo che venga lasciata discrezione al venditore e al cliente di identificare i canali più idonei per lo scambio di informazioni.

In generale, si evidenzia che la previsione di inserire l'obbligatorietà di almeno una modalità telematica di servizio di assistenza ai clienti comporterebbe delle criticità a livello di implementazione, sia in termini di tempistica necessaria che di oneri in capo ai venditori. Pertanto, si chiede che rimanga a scelta dell'operatore la/e modalità di contatto/assistenza/ricezione dei reclami con almeno uno tra cartaceo e telematico e mantenendo quello telefonico obbligatorio solo come canale di contatto per assistenza (vedi Q5 su ulteriori considerazioni sul canale telefonico).

Q3. Si condivide l'orientamento di estendere il campo di applicazione degli obblighi di servizio relativi ai servizi telefonici come sopra indicato? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Nessuna osservazione.

Q4. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in merito al costo delle chiamate verso i servizi telefonici dei venditori? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Condividiamo l'orientamento di mantenere inalterata la regolazione attuale, così che la scelta sulla gratuità o meno per i clienti delle chiamate da rete diversa da quella fissa venga lasciata ai singoli venditori.

Q5. Si condividono gli orientamenti sopra descritti riguardo alla definizione dei canali attraverso i quali il venditore sarebbe tenuto a ricevere i reclami? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e per quali motivi?

Q6. Si condividono gli orientamenti sopra illustrati relativi alla definizione di reclamo? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Riteniamo che sia cruciale la definizione di "reclamo" e di criteri precisi per determinare se una richiesta del cliente sia una mera richiesta di informazioni, oppure un reclamo.

Riteniamo infatti che il criterio integrativo avanzato nel DCO (identificare come reclamo *qualunque comunicazione che comporta un'attività di verifica puntuale, anche attraverso l'acquisizione di informazioni e documenti presso soggetti terzi, necessaria ai fini dell'eventuale adozione di misure correttive o riparatorie*) sia critico nella misura in cui non si può prescindere dalla presenza di una "lamentela" nei confronti di un danno che il cliente ritiene di aver subito o di un eventuale disservizio, indipendentemente dal tono più o meno aggressivo utilizzato dal cliente. Tale elemento deve rimanere un criterio chiave per categorizzare una richiesta come reclamo. Spesso infatti anche

delle richieste di informazione comportano la necessità di effettuare verifiche puntuali: per tale motivo, considerando che la “verifica puntuale” può avere un’accezione molto ampia, un eventuale utilizzo di questo unico criterio per la classificazione di una segnalazione come reclamo comporterebbe un aumento considerevole del numero dei reclami (da stime fatte da alcuni venditori, possiamo dire con certezza che il numero di reclami all’anno triplicherebbe), con conseguenti potenziali effetti negativi sulle performance dei servizi telefonici degli operatori, erogazione di indennizzi ed anche di eventuali pubblicazioni comparative che ARERA si riserva di implementare (oltre all’aumento dei costi per gli operatori, oltre che per i clienti). Ad esempio, infatti, utilizzando tale criterio si svuoterebbero le casistiche di richieste di informazioni, limitandole a pochissimi casi quali ad esempio gli orari di apertura degli Sportelli.

La revisione della definizione di reclamo diventa problematica nell’interpretazione data durante il Tavolo convocato lo scorso 6 giugno, in occasione del quale è stata sottolineata l’intenzione di ricondurre a reclamo qualsiasi **richiesta di informazione – avviata mediante canale telefonico** – che necessita di una verifica/approfondimento da parte del venditore. Tale proposta appare critica in quanto apre a numerose problematiche gestionali e profili di aleatorietà connessi alla valutazione soggettiva sulla presenza o meno dei criteri aggiuntivi da applicare. Si ritiene pertanto fondamentale che la definizione di reclamo sia ancorata in modo rigoroso alla presenza di una **doglianza espressa da parte del cliente**, fondata su una presunta **violazione di obblighi contrattuali** o di specifici diritti derivanti dalla regolazione. Il reclamo deve mantenere la propria natura di atto formale, potenzialmente prodromico a un percorso di conciliazione o, se necessario, a un contenzioso. Qualificare come reclamo ogni comunicazione che comporti semplicemente una verifica istruttoria equivarrebbe a **svuotare di significato l’istituto stesso**, oltre a generare un incremento significativo e non sostenibile del numero delle pratiche da gestire come reclami.

Chiediamo inoltre di ribadire che non rientrino nella definizione di reclamo lamenti non riferibili al servizio offerto dal venditore (es. passaggio a tutele graduali per avvio del servizio, applicazione non discrezionale di normativa primaria/regolatoria/fiscale, qualità tecnica del servizio di distribuzione di cui al TIQD, switching non richiesto verso altro venditore).

Rispetto alla proposta di introduzione del c.d. reclamo telefonico, pur comprendendo le finalità che ARERA intende perseguire con l’introduzione di questo nuovo strumento, preme comunque segnalarne le forti criticità.

Segnaliamo innanzitutto che **una regolazione del reclamo telefonico, come quella prospettata nel documento di consultazione, può risultare difficilmente applicabile ai settori dell’energia elettrica e del gas naturale**: come noto, tali settori sono caratterizzati da elevata complessità, in particolare, dei processi volti alla fatturazione al cliente finale. Ciò determina già ora un elevato numero di interazioni e di reclami scritti, con conseguenti risposte necessariamente articolate e complesse, anche nel rispetto dei numerosi elementi minimi previsti, e – anche in virtù degli aspetti di complessità propri dei settori in questione – un’elevata percentuale di reclami che si rivelano in conclusione non fondati. La caratteristica tipica del canale telefonico è, invece, quella della **rapidità e dell’interattività nel confronto con il cliente**: riteniamo che tale natura debba essere preservata, senza introdurre “irrigidimenti” formali che porterebbero al già descritto aumento dei reclami e dei costi e in un allungamento dei tempi di riscontro al cliente.

La prima criticità è rinvenibile nella previsione di introdurre in capo venditore l’obbligo di inviare al cliente un’attestazione scritta a determinare l’apertura del reclamo: l’implementazione di tale requisito, oltre a necessitare di adeguati investimenti ed interventi tecnici e di formazione del personale telefonico che non ne renderebbero comunque possibile l’implementazione dal 1° gennaio 2026, comporta una non trascurabile assunzione di responsabilità in capo all’operatore telefonico che si troverebbe a dover formalizzare correttamente ed esaustivamente i contenuti del reclamo espressi a voce dal cliente, con conseguenti rischi di successive contestazioni da parte del cliente (che potrebbe, a valle della messa a disposizione da parte del venditore, contestarne la correttezza/completezza dei contenuti, anche sulla base di proprie convinzioni e/o di una

conoscenza non coerente dei ruoli e delle responsabilità della filiera). La possibilità che il contenuto dell'attestazione venga preventivamente concordata telefonicamente con il cliente, solo parzialmente riduce il rischio di cui sopra, comportando un probabile aumento della durata della telefonata con ricadute negative sulla qualità del servizio in termini di occupazione delle linee; inoltre, in tale eventualità si teme che non sempre l'operatore potrebbe essere in grado di giungere ad un accordo sul testo dell'attestazione in quanto l'attività di sintesi del reclamo presuppone il tentativo di indirizzare e inquadrare in maniera più efficace e coerente la contestazione del cliente, magari invece fermo su altre interpretazioni e presunte responsabilità.

Una seconda criticità del reclamo telefonico – così come immaginato e proposto da ARERA – sarebbe sulle performance del servizio telefonico: si invita a considerare il fatto che la possibilità di usufruire del canale telefonico per inviare un reclamo scritto comporterebbe un notevole aumento delle chiamate verso il servizio clienti, con l'aumento del rischio di incorrere nel mancato rispetto degli standard generali ARERA in relazione all'attività dei call center, a meno di importanti investimenti di potenziamento del canale telefonico. Ciò vale vieppiù se a tale strumento dovrà essere data pubblicità ai clienti (in bolletta, nei contratti, nel sito web, ecc...).

Un'ulteriore criticità è rinvenibile nel caso di istanza rappresentata da un delegato del cliente. In tal caso, il venditore, al fine di poter gestire il reclamo dovrebbe già disporre di un'apposita delega da parte del chiamante che, nel rispetto del GDPR, sarebbe tenuto a presentare anche copia dei documenti propri oltre che dell'intestatario della fornitura. Tale circostanza non renderebbe utilizzabile il reclamo telefonico così come proposto dal DCO in oggetto, a meno che l'operatore telefonico non sia in grado di procedere con la registrazione delle relative autorizzazioni, laddove il cliente finale non vi avesse provveduto in fase di stipula contrattuale o di registrazione.

In aggiunta, riteniamo che il supporto durevole cui inviare l'attestazione non possa che essere una modalità telematica, in particolare un indirizzo e-mail. Infatti, un'efficiente gestione del processo, vorrebbe che il cliente ricevesse e prendesse visione dell'attestazione in tempo quasi reale: tali tempistiche sarebbero difficilmente rispettabili qualora il cliente richiedesse l'invio dell'attestazione in formato cartaceo.

Da ultimo, riteniamo che quanto proposto dall'Autorità possa presentare inefficienze non solo per le imprese di vendita, ma anche per i clienti stessi, laddove il cliente non disponesse di recapiti telematici e fornisse al venditore dei recapiti sbagliati, col rischio di creare uno scambio di comunicazioni complesso, per cui sarebbe necessario definirne la tracciatura e la gestione. Inoltre, dal momento che il reclamo può essere il primo elemento di un iter che si evolve fino a una conciliazione o a un contenzioso, non è pensabile che si tratti di un documento formulato dalla controparte.

Alla luce di quanto sopra, **le complessità e le incertezze derivanti dalla proposta delineata superano i benefici attesi e pertanto chiediamo la conferma delle previsioni regolatorie in vigore, con formulazione dei reclami in forma esclusivamente scritta.**

Ciononostante, nel confronto con i nostri associati abbiamo esplorato alcune soluzioni alternative che, partendo dall'orientamento proposto da ARERA, provassero a garantire una maggiore certezza nella gestione del reclamo per via telefonica. Ciò detto, tutte queste soluzioni per quanto potessero essere migliorative sotto alcuni aspetti, presentavano sempre degli elementi critici purtroppo inevitabili in quanto direttamente correlati alla fattispecie del reclamo per via telefonica e per questo motivo abbiamo valutato di non riportarle in questo documento.

Al fine comunque di fornire un elemento aggiuntivo utile alla riflessione di ARERA, l'unica possibile alternativa dal nostro punto di vista potrebbe essere rappresentata dal **prevedere che il cliente finale si possa avvalere del supporto dell'assistenza del servizio telefonico affinché sia guidato nell'organizzazione dei contenuti e degli elementi da includere nella compilazione del reclamo scritto, prevedendo in questo modo che il**

reclamo continui ad essere inviato dal cliente con gli attuali canali e modi. Ciò, risolverebbe in questo modo anche il summenzionato problema della delega a terzi per la presentazione del reclamo.

Considerati i tanti aspetti dubbi e problematici della misura proposta, come espresso in premessa, riteniamo che il tema della possibilità di presentare reclamo tramite il canale telefonico abbia **bisogno di un ulteriore approfondimento con tutti i soggetti interessati** (venditori, consumatori e rispettive associazioni), eventualmente tramite un confronto ad hoc in cui valutare affinamenti e soluzioni migliorative.

Q7. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di contenuti obbligatori delle risposte ai reclami? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

Condividiamo la proposta di rivedere in ottica di semplificazione il set di elementi minimi da inserire nella risposta ai reclami, concordando sul fatto che una risposta troppo articolata possa non essere, in definitiva, chiara per il cliente. È infatti opportuno che gli elementi obbligatori da inserire nella risposta siano quelli, di volta in volta, rilevanti per fornire al cliente il riscontro richiesto, in coerenza con la sua richiesta iniziale.

Relativamente agli obblighi in tema di importi fatturati, molte delle informazioni specifiche che attualmente vanno inserite nella risposta sono già riportate in bolletta, e sia sufficiente farvi specifico rinvio, senza appesantire la risposta in maniera non necessaria.

Rileviamo una criticità riguardo la sezione “*Il suo reclamo*”, che nella proposta di ARERA sarebbe dedicata al riepilogo sintetico del reclamo. Per motivazioni simili a quelle esposte nelle risposte ai precedenti quesiti, riteniamo che questa sezione potrebbe facilmente esporre il venditore a contestazioni da parte del cliente nei casi in cui quest’ultimo - per motivi strumentali o per banale incomprensione/dimenticanza - ricusasse quanto riassunto nel riepilogo/quanto ricorda di aver espresso nella chiamata.

In generale riteniamo che la semplificazione della struttura del reclamo nell’ambito del TIQV qui proposta potrebbe essere implementata anche con riferimento alle risposte ai sensi del TIRV.

Q8. Si condivide l’opportunità di razionalizzare e semplificare l’attuale definizione di fatturazione di importo anomalo? Sono presenti nell’attuale definizione elementi di criticità che sarebbe opportuno risolvere e per quali motivi?

Condividendo la proposta di razionalizzazione e semplificazione proposta dall’Autorità, ci auspichiamo che la ricollocazione della definizione di fatturazione per importo anomalo nei provvedimenti in cui viene richiamata, non comporti una modifica alla definizione attuale.

Q9. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di contenuti obbligatori delle risposte alle richieste di informazioni? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

Al punto 4.20 ARERA propone che nelle comunicazioni dei venditori in risposta alle richieste di chiarimento si indichino “...eventualmente anche con nota in calce alla risposta, i recapiti dell’impresa per eventuali reclami, il tempo massimo di risposta previsto dallo standard e l’indennizzo dovuto in caso di ritardo”.

Riterremmo opportuno che – nella risposta alla richiesta di informazioni – non debba essere obbligatoriamente riportata la possibilità per il cliente di inviare un reclamo, in quanto tale informazione potrebbe generare nel cliente confusione riguardo alla natura della segnalazione, con l’effetto di indurre il cliente ad aspettarsi – erroneamente - di ricevere un indennizzo e/o spingere il cliente a inviare un reclamo anche nei casi in cui non ne ricorrano i presupposti, o magari a farlo in maniera strumentale al fine di ricevere l’indennizzo.

Q10. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di indicatori e standard di qualità commerciale? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

Riteniamo che la proposta non sia problematica di per sé, ma lo diventa se collegata alle altre proposte illustrate nel presente DCO, in primis l'eliminazione del limite al numero di indennizzi da corrispondere nel corso di un anno per errori in bolletta o per doppia bolletta l'indennizzo e, soprattutto, il prevedibile aumento nel numero di reclami che deriverebbe dalla possibilità (avanzata nel DCO) di effettuare reclamo anche tramite il canale telefonico.

Q11. Si ritiene opportuno prevedere l'introduzione di indicatori e standard ulteriori rispetto a quelli attualmente previsti? Quali prestazioni di particolare rilevanza per i clienti dovrebbero riguardare, e con quali finalità?

Riteniamo che la dicitura “tempo di rimborso per errori in bolletta” sia poco chiara e fuorviante, dato che l'errore potrebbe non sempre essere imputabile al solo venditore, ma potrebbe esserci anche la responsabilità di altri soggetti quali il distributore o il cliente stesso (ad esempio nel caso in cui quest'ultimo comunicasse in ritardo un cambio di residenza). Inoltre, si ritiene non appropriato l'utilizzo del termine “rimborso”, che potrebbe indurre nei clienti l'aspettativa sistematica di una restituzione economica, anche nei casi in cui la rettifica non comporta alcun conguaglio. Per questa ragione, si propone di valutare soluzioni alternative più neutre e descrittive, come ad esempio “Tempo di gestione bolletta/doppia bolletta”, che rispecchiano meglio la natura delle attività svolte dal venditore, senza generare equivoci sulle possibili conseguenze economiche per il cliente.

Posto che le performance dei venditori, in materia di qualità commerciale di cui al TIQV, in taluni casi sono influenzate dai processi sottesi lungo tutta la filiera e dalla relativa complessità, si auspica l'avvio di una riflessione volta a efficientare anche l'interazione e lo scambio di informazioni tra venditori e imprese di distribuzione, in taluni casi fondamentale per la tempestiva risoluzione dei reclami dei clienti.

Q12. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di valore dell'indennizzo automatico? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Q13. Si condivide l'orientamento di modificare come sopra descritto la previsione che regola il numero massimo di indennizzi riconosciuti al cliente nell'arco di dodici mesi? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Con riferimento all'orientamento dell'Autorità in materia di aggiornamento del valore base degli indennizzi automatici, si condivide la proposta di adeguare l'importo da 25 a 30 euro in coerenza con l'evoluzione dell'indice dei prezzi al consumo. Tale aggiornamento, parametrato alla sola rivalutazione monetaria, appare equilibrato e coerente con la natura stessa dell'indennizzo, che – come giustamente ricordato dall'Autorità – non ha finalità risarcitorie, ma rappresenta un meccanismo di incentivo per l'impresa e di riconoscimento formale al cliente.

Tuttavia, si ritiene opportuno sottolineare che **un incremento del valore degli indennizzi deve necessariamente essere accompagnato da un quadro regolatorio coerente con le effettive condizioni operative degli operatori**. In particolare, si esprime preoccupazione per gli effetti che un aumento del valore dell'indennizzo potrebbe avere in uno scenario di crescita del numero di reclami, verosimile a seguito dell'introduzione delle nuove definizioni e modalità di attivazione previste dagli orientamenti oggetto della presente consultazione, e per le quali si rimanda alle risposte ai quesiti precedenti. In tale contesto, il rischio concreto è che si generi una pressione impropria sugli operatori, spingendoli a privilegiare il rispetto formale degli standard temporali a scapito della qualità e della completezza delle risposte.

Sul tema adeguamento indennizzi, si evidenzia che anche tale modifica richiede tempi di implementazione non coerenti con la decorrenza 1° gennaio 2026. Chiediamo anche che venga chiarito se il nuovo importo

dell'indennizzo si applichi a partire dagli indennizzi maturati nell'anno di prima applicazione del nuovo provvedimento (anche se la prestazione sia stata avviata nell'anno precedente) o solo per le prestazioni avviate dalla data di decorrenza.

Con riferimento alla proposta di modifica del criterio che limita il numero massimo di indennizzi riconoscibili al cliente nell'arco di dodici mesi, prendiamo atto dell'intento dell'Autorità di superare il vincolo "uno per standard all'anno", introducendo un approccio più mirato. Tuttavia, affinché tale approccio sia applicabile in modo uniforme e non generi incertezza o contenzioso, **è imprescindibile che l'Autorità definisca in modo chiaro, vincolante e oggettivo il concetto di "reclamo"**, quale presupposto logico e operativo di qualunque classificazione, tracciamento e conteggio. Una definizione incerta o interpretativa rischierebbe di compromettere l'efficacia dell'intero sistema di qualità commerciale e dei relativi automatismi indennitari. Aggiungiamo che il criterio relativo a argomento e sub-argomento potrebbe non essere compreso facilmente dai clienti e che tale criterio lascerebbe la possibilità a venditori meno scrupolosi di agire opportunisticamente sulla classificazione per evitare di erogare l'indennizzo al cliente.

Quanto sopra anche considerando che la l'eventualità dell'introduzione dei reclami telefonici e l'eventuale nuova definizione di reclamo rischiano di far aumentare considerevolmente il numero di reclami che l'operatore potrebbe essere chiamato a gestire.

Cogliamo l'occasione per evidenziare la **necessità che ARERA introduca specifiche disposizioni volte a contrastare comportamenti opportunistici dei clienti**, che utilizzano lo strumento per arginare la possibilità di sospensione della fornitura in caso di bollette non pagate, e riequilibrare le nuove disposizioni. Chiediamo pertanto di prevedere di non considerare reclamo il reiterno della stessa richiesta, senza che il cliente aggiunga nuovi elementi di doglianza, dopo due risposte già fornite al cliente.

Q14. Si condivide l'orientamento di confermare gli attuali indicatori e standard di qualità dei servizi telefonici? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e perché?

Q15. Si condividono gli orientamenti sopra esposti riguardo agli obblighi di servizio e il calcolo degli indicatori "tempo medio di attesa" e "livello di servizio" in caso di impiego di operatori virtuali? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Riteniamo che l'approccio adottato da ARERA nelle proposte della consultazione sia fin troppo conservativo, in particolare con riferimento all'indicatore del "Tempo medio di attesa (TMA)".

Attualmente nel TMA è compreso il tempo trascorso dal cliente con l'operatore virtuale. Evidenziamo però che in questo periodo di tempo il cliente, grazie all'ausilio dell'operatore virtuale, non sta soltanto in attesa dell'operatore umano, ma potrebbe essere già riuscito a espletare alcune richieste di informazioni e/o prestazioni (es. richiesta duplicati bollette, modifica indirizzo fatturazione, verifiche stati di pagamento...), per poi eventualmente chiedere di parlare con un operatore umano per affrontare ulteriori quesiti su altre tematiche. In questi casi il cliente, quindi, non starebbe "attendendo" di ottenere un riscontro, ma starebbe interagendo con l'operatore virtuale (eventualmente già ottenendo primi riscontri) prima di avviare l'interlocuzione con l'operatore umano.

Inoltre, occorre ricordare che i clienti – in particolare quelli meno avvezzi alla tecnologia e alla terminologia di settore - potrebbero decidere di riascoltare le opzioni dell'operatore virtuale per avere maggiore contezza su come procedere, nonché decidere alla fine di essere re-indirizzati all'operatore umano. Dall'altro lato, l'operatore virtuale potrebbe dover riscontrare difficoltà a comprendere (e quindi gestire) la richiesta del cliente, ad esempio nel caso di richieste non correttamente proposte e/o pronunciate.

Per tutte queste ragioni, riteniamo corretto che il TMA debba essere calcolato solamente come il tempo intercorrente tra l'inizio della risposta e l'inizio della conversazione con l'operatore umano, depurando pertanto questo tempo da eventuali interazioni con l'operatore virtuale e da altre eventuali azioni svolte dal cliente durante la chiamata (ad esempio la comunicazione di un'autolettura). Quindi il TMA dovrebbe essere calcolato come il tempo minimo che il cliente deve necessariamente attendere, dal momento della risposta alla telefonata, all'interno dell'albero fonico per richiedere di parlare con l'operatore umano, depurato da eventuali attività/azioni che il cliente svolge prima di richiedere/essere dirottato a parlare con tale operatore. Ciò anche in considerazione del fatto che la normativa prevede che sia sempre garantita la possibilità di parlare con un operatore umano.

Riteniamo, in ogni caso e a prescindere dall'utilizzo o meno dell'operatore virtuale, opportuno che nella rilevazione delle prestazioni erogate dai call center (segnatamente dal TMA siano esclusi i tempi necessari per illustrare al cliente le informative obbligatorie (ad esempio sulla privacy) derivanti da normativa primaria o di settore. Attualmente l'informativa privacy occupa svariati secondi per essere illustrata al cliente e peraltro deriva da obblighi che prescindono dalla normativa di settore

Q16. Si condividono gli orientamenti sopra esposti riguardo alla ridefinizione dell'indicatore di performance relativo ai reclami ricevuti? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Non abbiamo osservazioni.

Q17. Si condivide l'orientamento di sostituire l'indicatore della capacità di risposta ai reclami ICRC, attualmente previsto dal TIQV, con l'indicatore di rapidità della risposta sopra descritto? In caso contrario, per quali motivi? Quale soluzione alternativa sarebbe preferibile e per quali motivi?

Non abbiamo osservazioni.

Q18. Si condividono gli orientamenti sopra descritti per la revisione dei criteri di classificazione di reclami, richieste di informazioni e rettifiche? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni sarebbero preferibili e per quali motivi?

Non abbiamo osservazioni.

Q19. Si condivide l'orientamento di estendere gli attuali obblighi di registrazione a tutti i venditori dotati di call center? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Non abbiamo osservazioni.

Q20. Si condividono gli orientamenti in materia di raccolta dati di qualità dei call center sopra esposti? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e per quali motivi?

Si condividono gli orientamenti in materia di raccolta dati di qualità dei call center che muovono nell'auspicio solco di una razionalizzazione degli adempimenti in carico ai venditori.

Si chiede di chiarire se, passando a una raccolta annuale sulla qualità dei servizi di call center, il criterio di violazione degli standard generali previsto dal TIQV per il servizio telefonico (AS, TMA, LS), rimanga quello attuale (mancato rispetto dello standard generale per uno stesso indicatore per due semestri consecutivi) oppure l'inadempimento dello stesso standard debba verificarsi per due anni consecutivi.

Q21. Si condividono gli orientamenti sopra descritti relativi alla comunicazione dei dati di qualità commerciale? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Si condividono generalmente le semplificazioni proposte da ARERA, ad eccezione di quelle relative all'inserimento, nella comunicazione relativa all'anno corrente, delle prestazioni relative all'anno precedente, al fine di mantenere la confrontabilità dei dati comunicati nei diversi anni. In ogni caso, per ogni modifica è necessario un tempo congruo di implementazione: chiediamo che le modifiche in questione siano tra quelle da implementare con decorrenza 1° gennaio 2027, in modo da assicurare pari disciplina per lo stesso anno solare.

Per ogni modifica dei tracciati di caricamento dati, chiediamo che questi vengano forniti negli stessi tempi della delibera o comunque con anticipo di molti mesi dalla decorrenza, al fine di effettuare le modifiche necessarie nei sistemi informatici.

Da ultimo segnaliamo che con un cambio delle logiche di raccolta e analisi dei dati, molto probabilmente i risultati prodotti dall'indagine saranno diversi da quelli che si stanno avendo con le logiche attuali. Riteniamo quindi importante che ARERA informi del cambio delle regole di svolgimento delle indagini, così da evitare che si generi confusione in chi fruirà degli esiti delle indagini, e che si garantisca adeguata evidenza dei nuovi risultati per distinguerli da quelli ottenuti con le regole precedenti.

Q22. Si condividono gli orientamenti relativi alle modalità di pubblicazione dei dati di qualità da parte dei venditori? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Analogamente a quanto espresso in precedenza, evidenziamo che questa modifica richiede tempistiche di implementazione difficilmente compatibili con la proposta di entrata in vigore del 1° gennaio 2026, in quanto i venditori necessitano di pianificare con congruo anticipo le modifiche ai sistemi ICT e ai processi al fine di "sistematizzare" un aggiornamento costante della scheda qualità e dei relativi contenuti, tenuto conto delle tempistiche delle campagne commerciali.

Con riferimento all'esempio riportato alla figura 9.1 del DCO, proponiamo di eliminare il dato "Tempo medio Italia" in quanto - dal nostro punto di vista - appare ridondante: i dati sul tempo medio di risposta del venditore ("Il nostro tempo medio") e sul tempo massimo previsto dalla regolazione ("Tempo massimo") forniscono al cliente una visione già chiara delle prestazioni del venditore nella gestione di risposte ai reclami e rimborsi. Inoltre, l'eliminazione del suddetto campo permetterebbe di alleggerire la Scheda qualità, facilitandone la lettura da parte del cliente e l'aggiornamento da un punto di vista di sistemi ICT.

Considerato che i dati di qualità commerciale dei venditori sono disponibili solo a valle delle specifiche raccolte dati, evidenziamo l'opportunità che ARERA preveda una congrua tempistica di decorrenza dell'aggiornamento annuale della Scheda qualità, presumibilmente non prima di giugno 2026 e degli anni successivi.

Poiché l'inserimento della "scheda qualità" comporterebbe un ulteriore appesantimento del plico contrattuale, attualmente già molto corposo, proponiamo, in alternativa, la possibilità per i venditori di fornire la scheda qualità su supporto durevole, similmente a quanto previsto all'art. 9, comma 9.4 del Codice di condotta commerciale vigente (allegato A alla del. 366/2018/R/com) previo consenso del cliente interessato.

Infine, si ritiene invece non opportuno che la Scheda qualità debba essere pubblicata all'interno di ogni singola pagina di prodotto o di offerta. Una simile previsione rischierebbe di introdurre una duplicazione informativa non necessaria, dal momento che la Scheda è già messa a disposizione nella sezione dedicata del sito e all'interno del kit contrattuale o precontrattuale, in linea con quanto previsto dal Codice di condotta commerciale. La ripetizione sistematica dello stesso contenuto in ogni pagina prodotto potrebbe inoltre generare confusione per il cliente, che

si troverebbe di fronte alla medesima informazione più volte, in contesti non sempre coerenti tra loro. A ciò si aggiunge che un tale obbligo comporterebbe oneri operativi rilevanti per le imprese, in particolare nei casi in cui i siti aziendali offrano una pluralità di offerte.

Q23. Si condividono gli orientamenti sopra esposti in materia di pubblicazione dei dati da parte dell'Autorità? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Nel DCO si propone che i dati sugli indici di qualità del servizio debbano essere resi reperibili anche attraverso il Portale Offerte (PO), in seguito al completamento dei necessari sviluppi da parte del Gestore del Portale stesso, in modo da facilitarne la confrontabilità e il confronto.

Tuttavia, considerata la forte eterogeneità tra i venditori (per numerosità di clienti/segmenti di mercato serviti, ambiti territoriali in cui tali clienti si trovano, il numero di reclami gestiti, etc...) e la delicatezza del confronto tra imprese di vendita, una visualizzazione “non contestualizzata” degli indicatori di performance potrebbe portare il cliente a valutazioni “distorte” sull’efficacia del venditore a gestire i reclami. Il confronto sulla base di tali indicatori deriverebbe da scelte con alcuni margini di discrezionalità da parte dei singoli venditori (es. nella distinzione tra reclamo e richiesta di informazione) e comporterebbero una comparazione indifferenziata tra tutti gli operatori a fronte di differenze rilevanti in termini dimensionali, nonché relative al portafoglio clienti, al territorio servito, alle tipologie di offerte messe a disposizione. Va inoltre ricordato che i dati che sono alla base del calcolo degli indicatori di qualità commerciale sono autocertificati dai singoli operatori, e che pertanto si prestano a possibili diverse rappresentazioni da parte di venditori poco corretti.

Nel caso in cui Arera intendesse confermare l’orientamento delineato nel DCO, riteniamo che - oltre ai dati sugli indicatori di performance - si dovrebbe lasciare facoltà alle imprese di vendita di fornire documentazione/elementi aggiuntivi utili a “validare” meglio tali indicatori e attestare la qualità del venditore nel gestire le richieste di informazioni e i reclami. Ad esempio, si potrebbero considerare, ai fini della comparazione, certificazioni di qualità rilasciate da soggetti terzi accreditati in base a uno standard internazionale riconosciuto – come la certificazione ISO 9001 – che attestano la qualità del servizio offerto sulla base della soddisfazione dei clienti che dovrebbero essere considerate una condizione necessaria per poter operare in un mercato complesso quale quello energetico. Gli *audit* che portano alla certificazione vengono ripetuti nel tempo, in ottica di miglioramento continuo dell’azienda.

Ricordiamo che la comparazione tra le offerte pubblicate sul Portale dovrebbe tener conto anche dei c.d. servizi aggiuntivi, che sono parte fondamentale di molti prodotti venduti ai clienti (es. certificazione dell’energia acquistata come proveniente da energie rinnovabili, accesso a programmi fedeltà, servizi di manutenzione o efficientamento energetico, prodotti innovativi che premiano comportamenti di consumo virtuosi dei clienti).

Considerato che la ricognizione sulla modifica delle informazioni contenute nel PO non si esaurirà con questa consultazione, suggeriamo ad ARERA di trattare più approfonditamente il tema delle evolutive del PO (tra cui appunto quella qui avanzata) in una nuova consultazione ad hoc, che approfondisca anche le modalità per indicare nel PO i vari servizi aggiuntivi forniti dai venditori (tematica anticipata nel recente incontro di illustrazione delle modifiche del DCO).

Q24. Si condividono gli orientamenti sopra esposti volti a razionalizzare, rafforzare e rendere più flessibile l’attività di monitoraggio degli aspetti di qualità regolati dal TIQV mediante indagini demoscopiche? In caso contrario, per quali motivi? Quali soluzioni alternative sarebbero preferibili e perché?

Esprimiamo perplessità in merito alla proposta di ampliare la platea dei venditori interessati dall’indagine di soddisfazione dei clienti anche a quelli di dimensioni medie e piccole, che hanno servito meno di 50.000 clienti. Questo perché, oltre a imporre un ulteriore onere a società di vendita con dimensioni meno rilevanti, tale modifica

non seguirebbe le logiche previste dalla disciplina relativa agli obblighi di comunicazione di cui all'art. 30 del TIQV, che si applica unicamente ai venditori con più di 50.000 clienti. Analogamente, il Rapporto annuale, di cui all'art. 33 del TIQV, terrebbe in considerazione solo le informazioni comunicate dalla citata categoria di venditori. Pertanto, anche il Rapporto non ricomprenderebbe comunque quanto emerso dalle indagini relative a società di vendita con meno di 50.000 clienti.

Riteniamo inoltre che la previsione di raccogliere nell'ambito della medesima intervista la valutazione della soddisfazione sia della telefonata che del reclamo presenti profili di problematicità con riferimento alla perdita di "freschezza" del dato. In particolare, il giudizio del cliente sui call center potrebbe essere inficiato e distorto dalla sua esperienza/percezione di qualità del riscontro ricevuto in sede di reclamo, a prescindere dall'effettivo giudizio e qualità del servizio reso dal call center del venditore.

Riguardo alla pubblicazione degli esiti delle indagini demoscopiche e del relativo indicatore ICS, riteniamo in ogni caso che la comparazione debba avvenire tra società omogenee in termini di numerosità di clienti serviti (si vedano anche le considerazioni allo spunto Q23).

Chiediamo inoltre ad ARERA di pubblicare con congruo anticipo di almeno sei mesi i tracciati delle raccolte dati oggetto di modifica/variazione, garantendo ai venditori di disporre del tempo necessario all'implementazione degli aggiornamenti prima dell'avvio delle indagini stesse.