



Osservazioni al DCO ARERA 205/2025/R/COM, recante *Revisione della regolazione in materia di qualità dei servizi di assistenza ai clienti delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale.*

Ringraziando innanzitutto questa Autorità per la consueta attenzione rivolta alle osservazioni e alle proposte presentate dai vari stakeholder del settore, si riportano di seguito le considerazioni relative ai quesiti posti.

Pur condividendo gli obiettivi generali del provvedimento, si ritiene necessario segnalare una **forte criticità** legata alle tempistiche di attuazione delle misure proposte. Le novità introdotte sono numerose e rilevanti, e comportano impatti significativi in termini di adeguamento dei sistemi, dei processi interni e dell'organizzazione complessiva del servizio.

La scelta di far decorrere tutte le nuove disposizioni a partire dal 1° gennaio 2026 appare difficilmente sostenibile, soprattutto considerando che alla stessa data è già prevista l'entrata in vigore di altre riforme di rilievo per il settore. Il riferimento è in particolare – ma non esclusivamente – alla riforma dello switching in 24 ore e all'attuazione delle misure contenute nel DCO 245/2025 sulla trasparenza e confrontabilità delle offerte. Prevedere l'entrata in vigore simultanea di tutte queste modifiche costituirebbe un onere operativo e organizzativo troppo elevato per gli operatori.

Si propone quindi di adottare **un'implementazione per fasi**, prevedendo già a partire dall'inizio del 2026 l'entrata in vigore delle disposizioni meno complesse – come ad esempio la revisione dei criteri di classificazione dei reclami e il criterio di calcolo degli indici di reclusività – e posticipando progressivamente le altre misure, a cominciare dall'obbligo di mantenere attivi i canali di contatto fino a 12 mesi dalla cessazione del contratto, fino ad arrivare, dal 1° gennaio 2027, all'introduzione delle misure più strutturali e impattanti, come il reclamo telefonico e la standardizzazione della struttura della risposta del reclamo.

Un'attuazione graduale delle nuove disposizioni consentirebbe agli operatori di predisporre gli adeguamenti necessari in modo ordinato, sostenibile ed efficace, garantendo al tempo stesso il raggiungimento degli obiettivi regolatori prefissati.

Risposta ai quesiti di consultazione

Ambito di applicazione

Q1. Revisione della regolazione in materia di qualità dei servizi di assistenza ai clienti delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale

Si condivide l'orientamento dell'Autorità.

Canali di contatto

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?

Si condividono gli orientamenti dell'Autorità in materia di accessibilità del servizio di assistenza e dei relativi canali di contatto, in particolare con riferimento all'obiettivo di garantire continuità nel supporto ai clienti, anche successivamente alla cessazione del contratto, nonché attenzione alle esigenze specifiche di particolari categorie di utenti.

Si ritiene tuttavia opportuno segnalare alcuni aspetti che, a nostro avviso, richiedono chiarimenti e approfondimenti.



In primo luogo, si richiede un chiarimento in merito all'ambito minimo degli elementi e delle funzionalità che i venditori dovranno mantenere attivi per un determinato periodo (ad esempio, 12 mesi) dopo l'estinzione del contratto. Nel testo della consultazione si fa riferimento a due macro-funzionalità:

- la possibilità di consultare bollette, documenti e comunicazioni intercorse tra le parti;
- la possibilità di inviare reclami e richieste di informazioni, nonché ricevere le relative risposte.

Si chiede di esplicitare se questi due elementi costituiscano l'elenco esaustivo delle funzionalità obbligatorie, oppure se vi siano ulteriori componenti che l'Autorità intende ricomprendere nel perimetro di obbligo. Tale precisazione è fondamentale per evitare incertezze applicative, anche alla luce della varietà di configurazioni oggi esistenti tra i diversi operatori nei rispettivi ambienti digitali, che spesso includono ulteriori funzionalità non direttamente riconducibili a quelle indicate.

Inoltre, pur condividendo la necessità di garantire canali di contatto adeguati per i clienti con disabilità, si segnala che l'attuazione di tali misure dovrà tener conto delle future indicazioni e linee guida che saranno adottate da AgID. Si sottolinea la necessità di assicurare chiarezza normativa e coerenza tra i diversi livelli regolatori coinvolti.

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?

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?

Si condividono gli orientamenti dell'Autorità.

Reclami e richieste di informazioni

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?

In relazione agli orientamenti espressi dall'Autorità sull'attivazione della procedura di reclamo tramite canale telefonico e sulla ridefinizione della nozione stessa di reclamo, si ritiene necessario formulare alcune osservazioni critiche, pur riconoscendo l'obiettivo generale di miglioramento dell'accessibilità e della chiarezza dei processi.

Con riferimento alla possibilità di attivare formalmente un reclamo attraverso il canale telefonico, si intende innanzitutto esprimere una **ferma contrarietà**. Il canale telefonico, per sua natura, non consente univocità e tracciabilità immediata dei contenuti e può generare ambiguità su quanto effettivamente espresso o inteso dal cliente. L'assenza di un supporto scritto immediato può dar luogo a fraintendimenti, contestazioni e difficoltà nella gestione delle tempistiche e delle responsabilità previste dalla regolazione in materia di reclami.

Oltre a questi profili critici, si ritiene necessario segnalare che l'orientamento proposto appare fortemente sbilanciato, in quanto **sposta l'onere della formalizzazione del reclamo dal cliente al venditore**. Questo ribaltamento comporta conseguenze rilevanti in termini di solidità, efficacia ed efficienza del processo. La trasposizione del pensiero del cliente da parte di un operatore telefonico presenta infatti **inevitabili margini di soggettività**, sia nella comprensione sia nella sintesi del contenuto espresso. Tali elementi discrezionali non possono essere del tutto eliminati, poiché si tratta, di fatto, di un'interpretazione affidata a un soggetto terzo. Inoltre, non è possibile garantire uniformità tra operatori diversi, con possibili ricadute sulla corretta classificazione della segnalazione e sulla coerenza



rispetto all'effettiva volontà del cliente. **Tutto ciò può generare errori**, rilavorazioni e ulteriori insoddisfazioni, oltre a un allungamento dei tempi di gestione.

A queste criticità si aggiungono le **complessità operative e organizzative legate allo sviluppo e alla gestione del processo**: sistemi informatici in grado di garantire la tracciabilità e la conservazione della volontà del cliente, invio e validazione dei contenuti, adeguata formazione degli operatori, che da figure di front office dovrebbero assumere competenze più vicine a quelle di un team dedicato alla gestione dei reclami.

Al di là dell'impatto sugli operatori, **questa impostazione rischia anche di non tutelare adeguatamente il cliente**. Se l'obiettivo dell'Autorità è promuovere l'empowerment del cliente, è fondamentale che questo resti **parte attiva nella formulazione delle proprie istanze**. Redigere personalmente un reclamo significa riflettere, analizzare documentazione (contratti, fatture, comunicazioni), individuare un possibile disservizio o scostamento rispetto alle attese. Questo percorso logico contribuisce a rendere il cliente più consapevole dei propri diritti e più preparato a gestire eventuali controversie. Delegare al venditore anche questa fase, al contrario, riduce il coinvolgimento attivo del cliente, rischiando di deresponsabilizzarlo e compromettendo il valore educativo e partecipativo del reclamo stesso.

Qualora tuttavia l'Autorità intendesse comunque confermare l'orientamento espresso, si propone un meccanismo alternativo volto a mitigare le criticità sopra evidenziate. In particolare, si suggerisce che, pur mantenendo il canale telefonico come strumento tramite il quale il cliente può esporre la propria istanza, sia la **trascrizione del reclamo** a costituire l'elemento centrale. In questo senso il venditore, con un adeguato margine di flessibilità nella modalità di redazione, trasmetterebbe al cliente un riepilogo o una trascrizione della chiamata, redatta su supporto durevole e contenente la descrizione della problematica, affinché il cliente possa **validarla esplicitamente** tramite un meccanismo semplice ma certo (ad esempio mediante OTP o codice identificativo), pena la **decadenza della richiesta** stessa. Solo a seguito di tale validazione, e in base a una rinnovata definizione di reclamo diversa da quella prospettata nel DCO – come descritto nel capoverso seguente – il venditore potrà gestire tale comunicazione come reclamo qualora ricorrano i presupposti, oppure come richiesta scritta di informazioni in assenza degli elementi caratterizzanti il reclamo.

Un sistema di questo tipo garantirebbe il rispetto dei requisiti minimi di certezza formale e tracciabilità richiesti per l'attivazione di una procedura regolata, evitando che ogni contatto telefonico possa essere **ex post reinterpretato come reclamo**, anche in mancanza di una reale doglianza o di un contenuto formalmente rivendicativo.

È tuttavia doveroso evidenziare che **anche questa soluzione alternativa comporterebbe rilevanti criticità e oneri significativi per i venditori**. Tra questi si segnalano, in particolare, la necessità di formare in modo adeguato il personale di front-office, che ha competenze e funzioni differenti rispetto a quello specializzato nella gestione dei reclami; la revisione profonda dei processi organizzativi e dei sistemi informativi per garantire tracciabilità, conservazione e validazione delle segnalazioni; e il probabile incremento del numero di reclami formalizzati, con conseguente impatto sui carichi operativi e sui tempi di risposta. Nonostante tali complessità, **qualora l'Autorità intendesse comunque introdurre la possibilità di attivare un reclamo tramite telefono, riteniamo che questa rappresenti la soluzione che meglio riesce a bilanciare l'obiettivo di ampliare l'accessibilità previsto dall'orientamento con la necessità di contenere, per quanto possibile, l'onere a carico dei venditori**.

Come accennato, tale esigenza si collega strettamente al tema della definizione di reclamo. Anche su questo punto si esprime una valutazione critica nei confronti dell'orientamento proposto, che amplia eccessivamente il perimetro del concetto includendo qualsiasi comunicazione che comporti un'attività di verifica puntuale da parte dell'operatore. A nostro avviso, una simile estensione risulta problematica: anche se si tentasse di precisare meglio il concetto di "verifica puntuale", **il rischio è che tutto venga di fatto qualificato come reclamo**, in quanto qualsiasi richiesta informativa richiede un'attività di verifica per poter rispondere in modo adeguato.

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.

A seguito di nostre analisi interne condotte sui volumi gestiti in un anno solare, risulta che qualora la definizione di reclamo venisse ampliata come da orientamento espresso nel DCO, **il numero di reclami di fatto triplicherebbe**. Verrebbero infatti ricompresi nel perimetro del reclamo **anche migliaia di contatti oggi correttamente classificati come richieste di informazioni**, ma che richiedono comunque una verifica puntuale da parte dell'operatore. Si tratta, nella pratica, di interazioni che non comportano un disservizio né una contestazione, e che non rispondono alla finalità per cui il reclamo è stato concepito come strumento di tutela formale.

Un tale ampliamento comporterebbe un aumento improvviso e insostenibile dei volumi da gestire. Ne deriverebbero un **allungamento dei tempi di risposta**, una minore capacità di concentrare l'attenzione sui casi più rilevanti e un aumento del rischio di disservizi, **compromettendo in ultima analisi l'efficacia stessa del sistema di tutela**.

Si rischia, in sostanza, di snaturare lo strumento del reclamo, trasformandolo da leva di tutela formale in un contenitore indistinto e sovraccarico, con ricadute negative tanto per gli operatori quanto per i clienti stessi.

In conclusione, si auspica che l'Autorità, nel definire le regole future, tenga conto della necessità di garantire un **quadro normativo chiaro, coerente e proporzionato**, in cui la funzione del reclamo sia preservata nella sua portata sostanziale e le modalità di ricezione siano compatibili con i requisiti di certezza, tracciabilità e sostenibilità operativa.

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?

In merito agli orientamenti dell'Autorità sui contenuti obbligatori delle risposte ai reclami, si condivide l'obiettivo generale di promuovere maggiore chiarezza, coerenza logica e qualità argomentativa nei riscontri forniti ai clienti. L'introduzione di una struttura standardizzata, articolata in sezioni tematiche, può contribuire a rendere le risposte più leggibili e confrontabili, sia per il cliente sia per eventuali attività di monitoraggio.

Tuttavia, si intende esprimere una valutazione fortemente critica rispetto alla previsione di inserire nella risposta una sezione obbligatoria dedicata al **riepilogo del reclamo** ("Il Suo reclamo") **redatto dal venditore**. A nostro avviso, tale previsione non produce un valore aggiunto concreto e, al contrario, rischia di generare effetti negativi sia per il cliente che per l'operatore.

In primo luogo, nei casi – non infrequenti – di reclami particolarmente lunghi, articolati o tecnicamente complessi, qualunque tentativo di sintesi può facilmente dar luogo a fraintendimenti, omissioni involontarie o semplificazioni eccessive. L'interpretazione del testo del cliente da parte dell'operatore potrebbe essere contestata anche laddove corretta, alimentando il rischio di ulteriori conflittualità. La presenza di un riepilogo riformulato da parte del venditore potrebbe inoltre prestarsi a contestazioni da parte del cliente, qualora quest'ultimo ritenga che il contenuto originario del proprio reclamo non sia stato rappresentato in modo pienamente fedele. Anche in assenza di reali equivoci, la percezione di una sintesi parziale o non perfettamente aderente potrebbe generare insoddisfazione e alimentare inutili conflittualità.

In secondo luogo, la redazione di tale sezione comporterebbe un aggravio procedurale non giustificato, considerando che il contenuto del reclamo è già noto al cliente stesso. Si tratterebbe, in sostanza, di un intervento manipolativo su un contenuto originato da terzi, il cui significato – per definizione – non dovrebbe essere alterato né reinterpretato.

Qualora tuttavia l'Autorità intendesse mantenere l'obbligo di includere nella risposta una sezione dedicata al reclamo del cliente, si propone come soluzione alternativa che il venditore possa allegare integralmente alla risposta il testo originale del reclamo, evitando la riscrittura o la riformulazione da parte dell'operatore. Questa modalità garantirebbe la massima trasparenza e tracciabilità, salvaguardando al contempo la neutralità del contenuto e riducendo il rischio di contestazioni interpretative. Pur rappresentando una soluzione preferibile rispetto alla riscrittura da parte



dell'operatore, anche questa modalità non è esente da criticità, in particolare laddove i sistemi gestionali prevedano limiti tecnici al numero massimo di pagine stampabili e inviabili al cliente. In presenza di reclami molto estesi, ciò potrebbe comportare un aggravio significativo in termini di costi sia di postalizzazione che di spazio sui sistemi.

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?

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?

Si condividono gli orientamenti dell'Autorità.

Indicatori di qualità, standard e indennizzi

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?

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?

Si condivide in generale l'impostazione dell'Autorità volta a confermare l'attuale impianto degli indicatori e degli standard di qualità commerciale, riconoscendone l'equilibrio complessivo in termini di efficacia regolatoria e sostenibilità operativa. In particolare, la decisione di non irrigidire ulteriormente i tempi standard per le principali prestazioni (risposte a reclami, richieste di informazione e rettifica) appare condivisibile, tenuto conto dei livelli di performance mediamente già soddisfacenti registrati dal settore.

Tuttavia, si intende esprimere una valutazione non favorevole rispetto alla proposta di ridurre da 20 a 15 giorni solari lo standard massimo per la rettifica di doppia fatturazione. Tale modifica, pur motivata dall'impatto negativo che la doppia fatturazione può avere sul cliente, non risulta, a nostro avviso, né proporzionata né tempestivamente opportuna nel contesto attuale e futuro.

In primo luogo, occorre considerare che la complessità gestionale dei casi di doppia fatturazione è spesso elevata, soprattutto quando coinvolge soggetti terzi, come il **venditore subentrante o il distributore**. La corretta individuazione dell'errore, la raccolta dei dati necessari, il confronto con altri operatori e la definizione dell'importo da rettificare possono richiedere tempi tecnici non sempre comprimibili, specie nei casi meno standardizzati o che presentano elementi di incertezza o disallineamento.

In secondo luogo, si segnala che a partire dal 1° gennaio 2026 entrerà in vigore lo switching in 24 ore, un cambiamento profondo nel funzionamento dei processi di cambio fornitore che, almeno nella fase iniziale, potrebbe determinare un **aumento della casistica potenziale di doppia fatturazione**, anche solo per disallineamenti temporanei tra le comunicazioni e i flussi informativi. Forzare una riduzione dei tempi proprio in corrispondenza di una transizione così delicata, rischia di generare inefficienze anziché benefici, spostando l'attenzione degli operatori sulla velocità a scapito della correttezza e della qualità complessiva della gestione del disservizio.

Infine, si osserva che l'intero comparto sarà, nei prossimi mesi, interessato da un potenziale aumento generalizzato dei volumi di reclami, anche a seguito delle modifiche regolatorie in materia di accesso al servizio clienti e definizione di reclamo, attualmente oggetto della stessa consultazione. Un tale contesto richiede, a nostro avviso, un approccio



regolatorio improntato alla stabilità e alla gradualità, piuttosto che alla compressione dei tempi di gestione, soprattutto su casistiche che, come la doppia fatturazione, richiedono spesso un coordinamento inter-operatori.

Alla luce di quanto sopra, si propone di mantenere invariato lo standard attuale di 20 giorni solari, ritenendolo ancora adeguato in termini di tutela del cliente e sostenibilità operativa per gli operatori.

Infine, si condivide la proposta di aggiornare le denominazioni degli indicatori, qualora l'obiettivo sia quello di renderli più comprensibili per il cliente finale. Tuttavia, 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 un rimborso effettivo quanto piuttosto una compensazione. Per questa ragione, si propone di valutare soluzioni alternative più neutre e descrittive, come ad esempio "Tempo per correzione bolletta" o "Tempo di gestione doppia bolletta", che rispecchiano meglio la natura delle attività svolte dal venditore, senza generare equivoci sulle possibili conseguenze economiche per il cliente.

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. Come sottolineato anche successivamente, è imprescindibile che

In coerenza con questo principio di equilibrio, si ritiene inoltre necessario che anche gli indennizzi automatici previsti a carico dei distributori – in particolare nei casi di mancato rispetto degli standard per la trasmissione dei dati tecnici – siano aggiornati in modo proporzionato e secondo le stesse logiche di rivalutazione monetaria applicate agli operatori della vendita.

Con riferimento alla proposta di modifica del criterio che limita il numero massimo di indennizzi riconoscibili al cliente nell'arco di dodici mesi, si condivide l'intento dell'Autorità di superare il vincolo "uno per standard all'anno", introducendo un approccio basato sull'argomento e sub-argomento del reclamo. Tuttavia, questo principio porterà



inevitabilmente un ulteriore aggravio economico legato al potenziale aumento del numero di reclami conseguente alle modifiche proposte dal presente DCO e all'incremento dell'ammontare di indennizzi da erogare.

Infine, affinché tale approccio sia applicabile in modo uniforme e non generi incertezza o contenziosi, come indicato in precedenza 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 e "ampia" come quella proposta, ossia di "verifica puntuale" rischierebbe di compromettere l'efficacia dell'intero sistema di qualità commerciale e dei relativi automatismi indennitari.

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?

Si condivide l'orientamento dell'Autorità.

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?

Nessuna osservazione.

Indicatori di performance

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?

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?

Si condividono gli orientamenti dell'Autorità.

Registrazione dei dati

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?

In linea generale, si condivide l'orientamento dell'Autorità volto alla razionalizzazione e semplificazione dei criteri di classificazione dei reclami, delle richieste di informazioni e delle rettifiche, nella prospettiva di una maggiore coerenza con la struttura attuale dei mercati e dei regimi di fornitura.

L'impostazione proposta, che riconduce la classificazione alle principali categorie contrattuali già definite per i servizi di ultima istanza, appare funzionale a garantire un monitoraggio adeguato e al contempo sostenibile sotto il profilo operativo.

Si ritiene tuttavia opportuno un chiarimento in merito alla nuova categoria denominata "aspetti comuni", che dovrebbe accogliere le prestazioni non riferibili esclusivamente a uno dei due servizi (elettricità o gas). Si richiede in particolare



una definizione puntuale dei casi riconducibili a tale classificazione, al fine di assicurare uniformità applicativa da parte degli operatori ed evitare incertezze interpretative nella fase di registrazione e rendicontazione.

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?

Si condivide l'orientamento dell'Autorità.

Comunicazione dei dati

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?

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 gli orientamenti dell'Autorità.

Pubblicazione dei dati

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?

Si condivide l'orientamento dell'Autorità volto a rendere più accessibili, standardizzate e confrontabili le informazioni relative ai livelli di qualità commerciale delle imprese. La previsione di una Scheda qualità strutturata secondo un formato di riferimento uniforme rappresenta un passo positivo verso una maggiore trasparenza e omogeneità, a beneficio dei clienti finali e del mercato nel suo complesso.

Appare inoltre condivisibile che tale scheda debba essere pubblicata nei siti internet delle imprese, aggiornata con cadenza annuale e coerente con i dati trasmessi all'Autorità attraverso le raccolte periodiche, in modo da assicurare verificabilità e affidabilità delle informazioni esposte.

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, che non apporta alcun valore aggiunto, comporterebbe ulteriori 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?

Si condivide l'obiettivo dell'Autorità di valorizzare anche nella fase di scelta dell'offerta elementi informativi ulteriori rispetto al solo prezzo, promuovendo la pubblicazione di dati individuali sulle performance di qualità dei venditori e



rendendoli accessibili tramite il Portale Offerte. La possibilità di completare l'informazione economica con indicatori relativi al livello qualitativo dei servizi rappresenta senz'altro un passo positivo verso una maggiore consapevolezza e una più ampia capacità decisionale da parte del cliente.

Tuttavia, si ritiene necessario richiamare l'attenzione su un potenziale rischio di lettura distorta o fuorviante di questi dati, qualora la loro pubblicazione avvenga in chiave meramente comparativa tra operatori. La qualità percepita e l'esperienza del cliente sono infatti fortemente influenzate da fattori strutturali che possono variare sensibilmente da un venditore all'altro: si pensi, ad esempio, alle differenze in termini di dimensione aziendale, alla presenza o meno di sportelli fisici sul territorio, al livello di digitalizzazione dei canali di contatto.

Per questo motivo, si suggerisce di valutare l'opportunità di rappresentare le performance di ciascun operatore non tanto in chiave comparativa diretta tra venditori, quanto in relazione a benchmark di riferimento di tipo nazionale, idealmente costruiti tenendo conto della pluralità dei modelli di servizio oggi presenti sul mercato. In questo modo si garantirebbe al cliente un'indicazione utile e informativa circa la posizione di un fornitore rispetto a uno standard condiviso, senza introdurre confronti potenzialmente fuorvianti tra soggetti strutturalmente molto diversi.

Resta naturalmente ferma la disponibilità a collaborare, anche in fase attuativa, per definire modalità di pubblicazione che assicurino al tempo stesso trasparenza, chiarezza e correttezza nella rappresentazione delle informazioni.

Verifica dei dati

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?

Si condivide l'importanza di disporre di strumenti che consentano all'Autorità di monitorare la qualità dei servizi regolati anche dal punto di vista della percezione dei clienti, e si riconosce il valore potenziale delle indagini demoscopiche per ottenere una lettura più completa dell'esperienza dell'utenza. Tuttavia, si ritiene necessario formulare alcune osservazioni critiche in merito agli orientamenti espressi.

In particolare, si esprime **contrarietà alla proposta di unificare** in un'unica indagine le rilevazioni sulla qualità del servizio di assistenza telefonica (call center) e sulla gestione dei reclami. Le due esperienze, quella del contatto informativo e quella della gestione formale di un reclamo, sono sostanzialmente differenti sotto il profilo operativo, regolatorio e della percezione del cliente, e non possono essere efficacemente rilevate tramite uno strumento unico. L'assistenza e il reclamo rispondono a logiche diverse: unire i dati significherebbe rischiare di confondere i livelli di valutazione e di perdere la possibilità di analizzare con chiarezza le eventuali criticità specifiche dell'uno o dell'altro ambito.

Dal punto di vista metodologico, inoltre, una fusione delle due rilevazioni implicherebbe un **restringimento significativo del campione** utile: per realizzare un'unica indagine, sarebbe infatti necessario selezionare clienti che abbiano sia interagito telefonicamente con la società sia ricevuto una risposta a un reclamo. Considerando che i tassi di risposta a queste indagini sono fisiologicamente molto bassi, l'effettiva numerosità statistica rischierebbe di diventare insufficiente, compromettendo l'affidabilità dei risultati.



A ciò si aggiunge un ulteriore elemento critico: il numero delle domande previste per ciascuna delle attuali indagini è già oggi piuttosto elevato – una quindicina per la qualità telefonica, una decina per quella sui reclami – e l'accorpamento comporterebbe un aggravio sul piano della durata complessiva e dell'attenzione richiesta al cliente. È ben noto che la capacità di ascolto e di concentrazione tende a diminuire con il protrarsi dell'intervista, con il risultato di ottenere risposte meno accurate e di conseguenza una minore solidità dei dati raccolti.

Infine, la diversa natura delle due esperienze può portare il cliente, anche inconsapevolmente, a sovrapporre i due giudizi, confondendo la qualità del servizio ricevuto in fase di contatto con quella sperimentata in fase di gestione di un reclamo. Questo effetto rischia di alterare la rappresentatività dell'indagine e di ridurre la chiarezza informativa che dovrebbe invece essere massima.

Alla luce di tutte queste considerazioni, si ritiene fortemente preferibile che le due rilevazioni continuino a rimanere distinte, ciascuna con un proprio disegno metodologico e un proprio perimetro oggettivo. Solo in questo modo sarà possibile continuare a disporre di indicatori affidabili e realmente utili per comprendere l'effettiva qualità del servizio percepita dai clienti.

Distinti saluti,

Engie Italia S.p.A.