



Risposta alla consultazione scritta ARERA 205/2025/R/com da parte di Octopus Energy Italia - Revisione della regolazione in materia di qualità dei servizi di assistenza ai clienti delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas naturale

1. Introduzione sul Gruppo Octopus Energy

Octopus Energy, attiva in Italia dal 2022, è un fornitore di energia che persegue la missione di rendere l'energia rinnovabile accessibile a tutti attraverso l'uso della tecnologia. In meno di 3 anni ha superato la quota di 500 mila utenze nel nostro Paese.

L'elemento distintivo di **Octopus Energy** è rappresentato dall'eccellenza del servizio clienti, attestata dalla leadership nella categoria Trustpilot "Fornitori di Energia" con un punteggio di 4.9/5, unitamente alla competitività delle tariffe. L'offerta di **Octopus Energy** in Italia include la fornitura di energia 100% rinnovabile e gas, l'installazione di impianti fotovoltaici e pompe di calore. Nel novembre 2023, l'azienda ha lanciato il **Solar Club**, un progetto ambizioso volto a promuovere lo sviluppo delle Comunità Energetiche Rinnovabili in Italia.

Attualmente, il gruppo, nato in Regno Unito, fornisce energia a oltre 9 milioni di clienti a livello globale e gestisce più di 60 milioni di utenze tramite **Kraken**, la sua piattaforma proprietaria basata su intelligenza artificiale e machine learning. Il portafoglio di progetti di energia rinnovabile in gestione ammonta a oltre 7 miliardi di sterline, posizionandosi tra i più consistenti in Europa.

Nel maggio 2024, la valutazione del Gruppo Octopus ha raggiunto circa 9 miliardi di dollari, a seguito di investimenti strategici per 600 milioni di dollari da Generation Investment Management e per 300 milioni di dollari da Canada Pension Plan Investment Board. La compagine azionaria include anche player rilevanti del settore energetico come Origin Australia e Tokyo Gas. La progressiva espansione di Octopus Energy nel contesto italiano genererà, quale ulteriore beneficio, la creazione di centinaia di opportunità occupazionali, in linea con i risultati positivi già conseguiti nel corso dell'anno.

2. La visione di Octopus Energy

Octopus Energy Italia è a favore di un aggiornamento della regolazione in materia di qualità dei servizi, alla luce della crescente digitalizzazione e delle nuove aspettative espresse dai clienti finali. Tuttavia, l'impostazione complessiva delineata nel documento di consultazione non appare pienamente coerente con tali obiettivi: a fronte della necessità di semplificazione, si riscontrano diverse proposte che, in più punti, rischiano di introdurre ulteriori elementi di complessità senza generare benefici concreti per il cittadino.

Questa valutazione nasce dall'esperienza diretta maturata da Octopus Energy Italia nella gestione quotidiana del rapporto con i propri clienti, i cui comportamenti e preferenze forniscono indicazioni molto chiare. I cittadini vogliono ricevere risposte rapide, comprensibili e risolutive. Inoltre, apprezzano modalità di contatto semplici e la possibilità di accedere a un'assistenza efficace senza dover ricorrere a formalismi eccessivi. Allo stesso modo, non gradiscono attese di 30 giorni per ottenere una risposta completa alle proprie richieste, oltre che comunicazioni eccessivamente tecniche o standardizzate. La regolazione, per risultare realmente efficace, dovrebbe poggiarsi su queste evidenze.

Alla luce di queste considerazioni, si formulano di seguito alcune osservazioni puntuali sulle principali tematiche oggetto di revisione.

La nuova definizione di “reclamo”

La definizione di “reclamo” basata sulla “verifica puntuale” presenta rilevanti criticità: il criterio proposto, pur qualificato come oggettivo, si presta in realtà a letture soggettive e non fornisce una base operativa chiara per distinguere le diverse casistiche di comunicazioni ricevute (ad esempio, la richiesta di un cliente sulla natura di un corrispettivo in bolletta potrebbe richiedere una verifica puntuale, pur non essendo un reclamo). A nostro giudizio, sarebbe preferibile ancorare la definizione di reclamo alla presenza di un impatto economico effettivo o potenziale per il cliente (danno). In subordine, si ritiene comunque necessario che l'Autorità chiarisca in modo puntuale il significato di “verifica puntuale”, specificandone l'ambito di applicazione.

Ruolo del canale telefonico per la presentazione dei reclami

Octopus Energy Italia non condivide l'introduzione del canale telefonico come modalità di presentazione dei reclami, poiché il telefono rappresenta uno strumento destinato all'assistenza immediata e alla gestione proattiva delle segnalazioni. Attribuirgli una



funzione di canale “formale” – con l’obbligo di attestare su supporto durevole l’avvenuta presentazione del reclamo – comporterebbe un appesantimento burocratico non richiesto dal cliente e contrario agli obiettivi di semplificazione e digitalizzazione di questo documento.

Se l’Autorità ritiene comunque necessario introdurre tale possibilità, si chiede almeno che l’obbligo non venga esteso agli operatori che non utilizzano il telefono per la conclusione dei contratti, come peraltro viene esplicitato all’interno della consultazione. Octopus Energy Italia, in tal senso, opera esclusivamente tramite registrazione online e non adotta il canale telefonico per finalità commerciali. L’estensione generalizzata di tale obbligo, anche a realtà che adottano modelli digitali, risulterebbe del tutto ingiustificata e sproporzionata.

Flessibilità nella gestione delle risposte ai reclami

Octopus Energy Italia accoglie con favore le proposte volte a semplificare la struttura delle risposte ai reclami, superando un impianto eccessivamente normato dell’attuale TIQV in favore di una maggiore flessibilità formale e contenutistica. Si tratta di un’evoluzione coerente con la crescente digitalizzazione dei processi di gestione del cliente e con l’esigenza di favorire una gestione efficiente, senza compromettere il diritto di quest’ultimo a ricevere risposte puntuali alle sue esigenze.

Gestione delle richieste di informazione

Non si condivide la proposta di standardizzare le risposte alle richieste scritte di informazioni, imponendo l’inserimento della dicitura “Risposta alla sua richiesta di informazioni” nell’oggetto della comunicazione. A tale proposito, si evidenzia che il concetto stesso di “richiesta di informazioni” appare di per sé poco definito, in quanto comprende tutto ciò che non viene classificato come reclamo, sulla base di una definizione – quella attualmente in vigore – che presenta già oggi margini di soggettività da parte degli operatori.

Qualora fosse introdotta la nuova definizione di “reclamo” proposta nella consultazione, basata sulla “verifica puntuale”, il perimetro della richiesta di informazioni risulterebbe ancor più difficilmente delimitabile, generando incertezza sia per gli operatori sia per i clienti finali. Per tali motivi, si ritiene preferibile che ARERA abolisca la categoria delle richieste di informazioni, evitando di introdurre obblighi di tracciamento per questa specifica categoria, e limitando l’intervento regolatorio alla sola definizione di obiettivi generali in termini di tempi di risposta, allo scopo di lasciare la possibilità agli operatori di gestire tali interazioni secondo il proprio modello di relazione col cliente.

Scheda qualità e Portale Offerte

Octopus Energy Italia condivide l'opportunità di affiancare al prezzo una scheda qualità che offra elementi utili per valutare l'esperienza del cliente, favorendo scelte più consapevoli. Tuttavia, non si ritiene che il Portale Offerte sia un canale adeguato di pubblicazione, in quanto poco utilizzato e apprezzato dagli stessi cittadini. L'esperienza d'uso limitata, la scarsa confrontabilità delle offerte e l'assenza di controlli rendono questo strumento inefficace e distante dalle reali esigenze.

In merito agli indicatori da rappresentare nella scheda qualità - come per esempio risposte scritte ai reclami o rimborso per errori in bolletta - questi appaiono poco rappresentativi dell'esperienza ordinaria, e sarebbe preferibile valorizzare parametri realmente percepibili dal cliente, come il giudizio medio degli utenti, i tempi di risposta alle richieste ricorrenti o la capacità di risoluzione al primo contatto.

Semplificazione dell'impianto regolatorio

Si accolgono con favore le misure orientate alla semplificazione, tra cui l'eliminazione della definizione di "importo anomalo", la razionalizzazione delle categorie di clientela e la riduzione della frequenza degli obblighi informativi. Si tratta di interventi che consentono di concentrare le risorse operative su attività a maggiore valore aggiunto per il cliente, rafforzando l'efficienza complessiva del sistema.

Risposte ai singoli quesiti

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?

Condividiamo l'obiettivo di ridefinire l'ambito del TIQV, ma riteniamo utile, se possibile, operare un'ulteriore restrizione del perimetro e concentrare le tutele su chi ne ha davvero bisogno. Una platea più selettiva, infatti, consentirebbe agli operatori di offrire servizi più agili e digitali a chi li ricerca, favorendo il passaggio verso fornitori più virtuosi e stimolando un mercato di maggiore qualità. Per questa ragione, si propone di ridurre la soglia gas a 50 mila Smc/anno.

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 condivide.

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?

Si condivide.

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?

Riteniamo che il tema dei costi delle chiamate esuli dal perimetro regolatorio di ARERA e che abbia più a che fare con la percezione della qualità del servizio del fornitore da parte del cliente. Convidiamo che non vengano definite ulteriori misure nella consultazione rispetto a quanto già previsto nel Codice di Consumo.

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?

Come esplicitato in premessa, riteniamo che la presenza di numerosi canali digitali offra già un'ampia gamma di soluzioni a disposizione del cliente per sporgere un reclamo nei confronti del proprio fornitore. In questo senso, la priorità di ARERA dovrebbe essere quella di prevedere una regolazione snella e poco invadente nella gestione del rapporto tra fornitore e cliente, invece di andare a definire quali mezzi utilizzare per i reclami e quali no.

Si sottolinea che, in generale, il canale telefonico non rappresenta uno strumento attraverso cui presentare reclami formali, bensì un mezzo privilegiato per una gestione proattiva delle segnalazioni del cliente. È proprio grazie al canale telefonico che spesso si riescono a intercettare tempestivamente dubbi e problematiche, fornendo una risposta immediata e risolutiva prima che queste si finalizzino in un reclamo scritto.

Se l'Autorità ritiene comunque necessario introdurre tale modalità, si chiede che l'obbligo non comprenda operatori che non utilizzano il telefono per la conclusione dei contratti, come peraltro è esplicitato all'interno della consultazione e ribadito nel corso del focus group in data 6 giugno 2025.

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?

Pur apprezzando l'intento dell'Autorità di rendere oggettiva la classificazione dei reclami, esprimiamo riserve sulla proposta di definirli sulla base di una "verifica puntuale". Questo criterio, di fatto, non è oggettivo, poiché quasi ogni richiesta richiede una verifica, rendendo la definizione troppo ampia e soggetta ad arbitrarietà.

Riteniamo più solido un criterio legato all'impatto economico effettivo o potenziale per il cliente: solo in presenza di un danno (reale o possibile) una comunicazione dovrebbe essere trattata come reclamo.

In alternativa, chiediamo che ARERA definisca chiaramente cosa si intenda per "verifica puntuale", specificandone ambito e limiti ed evitando inutili sovrapposizioni con la categoria delle richieste di informazioni, già di per sé superflua e che, secondo noi, dovrebbe essere eliminata.

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?

Octopus Energy Italia condivide l'orientamento volto a superare l'elenco rigido dei contenuti obbligatori, introducendo una struttura logica più flessibile per le risposte ai reclami. Tale evoluzione risponde alle esigenze di digitalizzazione e di efficienza operativa, favorendo una comunicazione agile e snella con il cliente.

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?

Si condivide con l'eliminazione della definizione di reclamo per fatturazione di importi anomali.

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?

Non si condividono gli orientamenti proposti. La categoria delle richieste scritte di informazioni è di per sé superflua, in quanto rappresenta semplicemente ciò che non è reclamo e come tale andrebbe eliminata. Qualora passasse la definizione di reclamo proposta in consultazione, tale categoria risulterebbe ancor più priva di senso. In questo contesto, prevedere l'obbligo di inserire nell'oggetto diciture come "Risposta alla sua richiesta di informazioni" appare eccessivo e fuori ambito: non è compito dell'Autorità definire la forma delle comunicazioni, bensì garantire una regolazione snella che lasci flessibilità nella gestione del rapporto tra cliente e fornitore.

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?

In generale, si condividono le misure sugli standard specifici e generali proposti, inclusa la riduzione del tempo di rettifica per doppia fatturazione da 20 a 15 giorni, pur ritenendo che non risulti una misura particolarmente sfidante.



Quanto alla proposta di rinominare i due indicatori “rettifica di fatturazione” e “rettifica doppia fatturazione”, rispettivamente, in “tempo di rimborso per errori in bolletta” e “tempo di rimborso di doppia bolletta”, riteniamo che la questione sia secondaria: i clienti non conoscono né valutano i fornitori sulla base degli standard di qualità, ma sulla base dell’esperienza quotidiana del servizio. È quindi utile semplificare, ma la reale qualità percepita si gioca sull’ordinario, non sull’eccezionalità del reclamo.

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?

Octopus Energy Italia non ritiene opportuno introdurre ulteriori indicatori soggetti a standard e indennizzi automatici. In un mercato libero, la qualità del servizio dovrebbe emergere dalla competizione tra operatori, sulla base dell’esperienza reale del cliente e non attraverso un numero crescente di parametri normati.

Come indicato in premessa in riferimento alla scheda qualità, riteniamo che la competizione debba valorizzare elementi realmente percepibili dal cliente, come il giudizio medio degli utenti, i tempi di risposta alle richieste ricorrenti o la capacità di risoluzione al primo contatto. Tuttavia, tali indicatori dovrebbero servire a informare il cliente e non essere vincolati a meccanismi automatici di indennizzo, che rischiano di irrigidire il sistema e spostare l’attenzione alla sola compliance formale, invece che al miglioramento della relazione.

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?

Si condivide l’adeguamento all’inflazione (da 25 a 30 euro) dell’indennizzo automatico, ma non lo riteniamo una priorità. Come ribadito nel quesito Q10 e Q11, il cliente percepisce la qualità del proprio fornitore sulla base dell’esperienza quotidiana. L’aggiornamento del valore economico degli indennizzi ha dunque un impatto nullo sulla relazione tra operatore e cliente.

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?

Si rimanda a quanto già espresso nelle risposte precedenti: riteniamo che questi interventi non rappresentino una vera priorità.

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.

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?

Octopus Energy non impiega operatori virtuali. Non riteniamo di interesse fare delle considerazioni sui contenuti di questa proposta.

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 si contestano le modifiche proposte da ARERA in merito alla ridefinizione dell'indicatore relativo ai reclami ricevuti (IRC).

Tuttavia, si ritiene opportuno evidenziare che tali indicatori, per adesso pubblicati da ARERA nell'ambito di raccolte annuali e monitoraggi, non interessano al cliente finale ed è corretto che sia così: si tratta di metriche complesse, pensate per finalità tecniche, comparative o per uso interno al settore.

In questo senso, pur condividendo il miglioramento degli strumenti di monitoraggio, è utile sottolineare che non si tratta di qualità percepita dal cliente, ma di indicatori orientati alla regolazione. La qualità del servizio, per il cliente, si gioca altrove: nella chiarezza della comunicazione, nella semplicità dell'interazione quotidiana e nella risoluzione efficace dei problemi, non nella pubblicazione di valori numerici su performance interne.

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 si contestano le modifiche proposte da ARERA in merito alla sostituzione dell'indicatore ICRC con un indicatore di rapidità della risposta.

Per le ulteriori considerazioni si veda la risposta al precedente quesito Q16.

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?

Si condivide.

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.

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 condivide.

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 condivide.

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'opportunità di affiancare al prezzo elementi sulla qualità del servizio, a supporto di una scelta informata da parte del cliente finale. La scheda qualità che i fornitori dovranno pubblicare sul loro sito rappresenta un primo passo utile, ma nella forma proposta non coglie pienamente l'obiettivo. Indicatori come il numero o i tempi medi di risposta ai reclami si riferiscono a situazioni eccezionali e non riflettono l'esperienza ordinaria del cliente. Sarebbe preferibile valorizzare parametri più significativi, quali il giudizio medio degli utenti, i tempi di risposta alle richieste ricorrenti e la capacità di risoluzione al primo contatto.

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?

Octopus Energy Italia ritiene che l'attuale impostazione presenti criticità rilevanti. Il Portale Offerte non può essere considerato un comparatore efficace: la sua esperienza d'uso è limitata e le offerte sono difficilmente confrontabili, in assenza di controlli sui contenuti inseriti dai fornitori. Già in passato abbiamo sottolineato come il PO, nato come strumento informativo, non sia adatto ad assumere un ruolo operativo o centrale nella rappresentazione dell'esperienza del cliente.

Riteniamo più utile e urgente introdurre una regolazione dei comparatori privati, oggi maggiormente utilizzati dai clienti e da essi considerati più affidabili. Questo approccio, che abbiamo promosso anche nel nostro [Manifesto](#), favorirebbe la trasparenza e la



concorrenza reale in un vero mercato competitivo.

In merito alle informazioni da pubblicare, si rimanda alle considerazioni espresse nel quesito precedente: qualora si volesse mantenere un ruolo al PO, sarebbe preferibile concentrarsi su pochi indicatori di qualità realmente percepiti come utili (es. giudizio medio dei clienti, tempi di risposta), evitando sovraccarichi informativi privi di reale impatto sulla scelta del consumatore.

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?

Condividiamo gli orientamenti dell'Autorità volti a rafforzare l'attività di monitoraggio tramite indagini demoscopiche, soprattutto nella prospettiva di un mercato più orientato alla qualità. Riteniamo tuttavia che nel tempo si possa affiancare sempre più spesso, alla rilevazione affidata a soggetti terzi, un rapporto diretto e continuativo tra l'Autorità e i clienti finali. La soddisfazione del cliente è un indicatore prezioso, che trae maggiore forza quando chi ascolta è anche chi ha la responsabilità di intervenire. Il coinvolgimento diretto di ARERA, dove possibile, rafforza il senso di attenzione e centralità riconosciuto ai cittadini e valorizza le indagini come reale strumento di ascolto e miglioramento del sistema.