
PROCEDURA DI GARA APERTA TELEMATICA, SOPRA SOGLIA DI RILEVANZA EUROPEA, FINALIZZATA ALLA SELEZIONE DI UN OPERATORE ECONOMICO CON IL QUALE STIPULARE UN CONTRATTO DI APPALTO AVENTE AD OGGETTO LO SVOLGIMENTO DI SERVIZI DI RICERCA DI MERCATO IN MATERIA DI QUALITÀ DEI SERVIZI, TUTELA E INFORMAZIONE DEI CONSUMATORI NEI SETTORI REGOLATI.

PROCEDURA DI GARA CIG BB39AEC35A

CAPITOLATO TECNICO

Sommario

1. PREMESSA	3
2. CONTESTO DI RIFERIMENTO	4
2.1 L'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente	4
2.2 Situazione, esigenze ed obiettivi dell'Autorità	10
2.2.1 Indagine sulla customer satisfaction dei servizi di call center	10
2.2.2 Indagine sulla customer satisfaction presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti	12
2.2.3 Indagine longitudinale sui comportamenti e le esigenze dei clienti nel mercato liberalizzato dell'energia elettrica e del gas	14
2.2.4 Ricerche sul servizio idrico, e indagini ad hoc (quantitative e/o qualitative) su temi di interesse dell'Autorità, tra i quali il servizio di gestione dei rifiuti urbani	15
3. SERVIZI RICHIESTI E REQUISITI SPECIFICI	16
3.1 Oggetto della fornitura.....	16
3.1.1 Indagine telefonica quantitativa annuale per il controllo periodico della customer satisfaction dei clienti che si rivolgono ai call center dei venditori di energia elettrica e di gas.....	17
3.1.2 Indagine sulla soddisfazione delle risposte ai reclami (e/o richieste di informazioni) ricevute dai clienti	22
3.1.3 Indagine sui comportamenti e le esigenze dei clienti sui mercati energetici liberalizzati.....	24
3.1.4 Indagini quantitative sul servizio idrico.....	26
3.1.5 Altre ricerche ed indagini ad hoc (quantitative e/o qualitative) su temi di interesse dell'Autorità	26
4. REQUISITI GENERALI	27
4.1 Barriere al conflitto di interesse	27
4.2 Riservatezza e trattamento dei dati personali	28
4.3 Rappresentatività dei campioni per indagini quantitative	30
4.4 Effettuazione delle interviste e degli eventuali focus group.....	31
4.5 Controlli di qualità	31
4.6 Reportistica finale	32
4.7 Aspetti internazionali	32
4.8 Consulenza e disponibilità a effettuare incontri, presentazioni e seminari.....	33
5. PIANIFICAZIONE, REALIZZAZIONE E CONTROLLO DEI SERVIZI RICHIESTI	34
5.1 Programma di massima dello sviluppo temporale delle attività di ricerca.....	34
5.2 Piano esecutivo di ricerca (annuale).....	34
5.2.1 Definizione delle specifiche, preventivazione e programmazione delle ricerche ad hoc	35
5.2.2 Aggiornamento del Piano esecutivo di ricerca in corso d'anno	35
5.3 Consuntivazione periodica	35
5.4 Comunicazioni tra Committente e Fornitore.....	36
5.5 Assicurazione Qualità	36
5.6 Trasferimento di know how al termine del periodo di fornitura	36
Appendice 1	38
Appendice 2	49

1. PREMESSA

Il presente Capitolato tecnico ha lo scopo di definire i requisiti relativi alla fornitura dei servizi in oggetto, in quantità, qualità e livelli di servizio richiesto. Le prescrizioni contenute nel presente Capitolato tecnico rappresentano le caratteristiche e i requisiti minimi necessari all'espletamento dei servizi richiesti.

Ai soli fini del presente documento:

- con il termine “Autorità” va intesa l’Autorità per la Regolazione di Energia Reti e Ambiente;
- con il termine “Fornitore” va intesa la società di ricerca di mercato aggiudicataria della procedura di gara;
- quando non diversamente specificato, con “Capitolato” si intende il presente documento;
- con “gara” si intende la gara da effettuare a fronte del Capitolato;
- con “contratto” si intende il contratto che verrà sottoscritto a seguito dell’aggiudicazione della gara;
- con “fornitura” si intende il complesso dei servizi oggetto delle attività e dei prodotti che il Fornitore è chiamato a compiere e a produrre per onorare il contratto;
- in genere, ogni altro termine che potrebbe essere scritto in minuscolo, viene scritto in maiuscolo quando assume un ben preciso significato ai fini della comprensione del testo (es. “rapporto”, per un’accezione qualsiasi presente in un dizionario della lingua italiana, “Rapporto” a indicare un ben preciso output della fornitura, specificatamente definito nel documento e il cui significato è formalmente collegato alla fornitura stessa).

Nel **capitolo 2** vengono illustrati il contesto di riferimento, le esigenze e gli obiettivi dell’Autorità in relazione ai servizi oggetto della gara.

Nel **capitolo 3** è descritto in maniera analitica l’oggetto della fornitura; sono indicati gli obiettivi di ciascuno dei servizi richiesti, di cui viene fornita una descrizione delle caratteristiche e dei requisiti, nonché i parametri quantitativi per il dimensionamento.

Nel **capitolo 4** sono descritti i requisiti generali, intesi come requisiti applicabili a tutti i diversi servizi di ricerca richiesti o applicabili a diversi di essi.

Nel **capitolo 5** sono descritte le modalità di pianificazione, realizzazione e controllo dei servizi e delle attività, nonché gli aspetti di assicurazione della qualità della fornitura.

Sono parti integranti del Capitolato tecnico le Appendici citate nel testo e allegate allo stesso. In particolare, alcuni Allegati sono forniti in versione provvisoria in quanto potrebbero subire modifiche/integrazioni dovute a eventuali adeguamenti regolatori, tecnici e normativi al momento dell’effettuazione dell’indagine.

2. CONTESTO DI RIFERIMENTO

2.1 L'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente

L'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (di seguito ARERA o Autorità) svolge attività di regolazione e controllo nei settori dell'energia elettrica, del gas naturale, dei servizi idrici, del ciclo dei rifiuti urbani e del teleriscaldamento.

L'Autorità è un organismo indipendente, istituito con la legge 14 novembre 1995, n.481 e s.m.i. (di seguito: legge n. 481/95) con il compito, tra gli altri, di tutelare gli interessi dei consumatori e degli utenti, di promuovere la concorrenza, l'efficienza e la diffusione di servizi con adeguati livelli di qualità, attraverso l'attività di regolazione e di controllo. Le funzioni sono svolte armonizzando gli obiettivi economico-finanziari dei soggetti esercenti i servizi con gli obiettivi generali di carattere sociale, di tutela ambientale e di uso efficiente delle risorse.

L'azione dell'Autorità, inizialmente limitata ai settori dell'energia elettrica e del gas naturale, è stata in seguito estesa attraverso alcuni interventi normativi.

Con il decreto n. 201/11, convertito nella legge n. 214/11, sono state attribuite all'Autorità competenze anche in materia di servizi idrici. Infatti, l'articolo 21, comma 19, prevede che: "con riguardo all'Agenzia nazionale per la regolazione e la vigilanza in materia di acqua, sono trasferite all'Autorità per l'energia elettrica e il gas le funzioni attinenti alla regolazione e al controllo dei servizi idrici, che vengono esercitate con i medesimi poteri attribuiti all'Autorità stessa dalla legge 14 novembre 1995, n. 481".

Successivamente, il decreto legislativo 4 luglio 2014 n. 102, con il quale è stata recepita nell'ordinamento nazionale la Direttiva europea 2012/27/UE di promozione dell'efficienza energetica, ha attribuito all'Autorità specifiche funzioni in materia di teleriscaldamento e teleraffrescamento; in tale ambito, l'Autorità esercita altresì i poteri di controllo, ispezione e sanzione previsti dalla legge istitutiva, nonché i poteri sanzionatori di cui all'articolo 16 del decreto legislativo n. 102/2014.

Con la legge 27 dicembre 2017, n. 205, inoltre, sono state attribuite all'Autorità funzioni di regolazione e controllo del ciclo dei rifiuti, anche differenziati, urbani e assimilati. Anche per questo settore le competenze conferite sono svolte con i medesimi poteri e nel quadro dei principi, delle finalità e delle attribuzioni, incluse quelle di natura sanzionatoria, stabiliti dalla legge n. 481/95.

Oltre a garantire la promozione della concorrenza e dell'efficienza nei settori energetici, l'azione dell'Autorità è diretta, per tutti i settori oggetto di regolazione, ad assicurare la fruibilità e la diffusione dei servizi in modo omogeneo sull'intero territorio nazionale, a definire adeguati livelli di qualità dei servizi, a predisporre sistemi tariffari certi, trasparenti e basati su criteri predefiniti, a promuovere la tutela degli interessi di utenti e consumatori.

Ai sensi della legge n. 481/95, l'Autorità ha poteri di regolazione e vigilanza e svolge attività consultiva nei confronti del Parlamento e del Governo.

Per quanto riguarda i **settori energetici** tutti i clienti finali di energia elettrica e gas possono scegliere un venditore nel mercato libero dell'energia. La legge 4 agosto 2017, n. 124 (c.d. "Legge concorrenza 2017"), ha previsto la cessazione del servizio di maggior tutela e ha affidato all'Autorità il compito di assicurare un servizio a tutele graduali per i clienti finali senza fornitore di energia elettrica. Dal 1° gennaio 2021 hanno perso il diritto al servizio di maggior tutela le piccole imprese connesse in bassa tensione, nonché le microimprese titolari di almeno un punto di prelievo connesso in bassa tensione con potenza contrattualmente impegnata eccedente 15 kW e, dal 1° aprile 2023, tutte le altre microimprese. Dal 1° luglio 2024 solo i clienti domestici vulnerabili possono acquistare energia nel servizio di maggior tutela.

Il servizio di maggior tutela è garantito da apposite società di vendita o dalle imprese distributrici con meno di 100.000 utenti allacciati alla propria rete, sulla base di condizioni economiche e di qualità commerciale indicate dall'Autorità. Nell'ambito del regime di offerta standard, un unico acquirente (la società "Acquirente unico") è responsabile per l'approvvigionamento di energia elettrica sul mercato all'ingrosso che rivende agli esercenti la maggior tutela a un prezzo che riflette i costi che ha sostenuto, compresi quelli per la materia energia. I prezzi di maggior tutela sono stabiliti dall'Autorità sulla base dei prezzi del mercato all'ingrosso al fine di coprire i costi di fornitura sostenuti dalle imprese incaricate di fornire questo servizio.

Per quanto riguarda la componente energia dei prezzi di maggior tutela, essa è legata all'andamento del mercato, mentre la componente di commercializzazione è impostata secondo una metodologia di costo standard, basata sui costi di ingresso di un ipotetico nuovo operatore. Il prezzo totale è addebitato a tutti i consumatori senza differenziazione geografica.

Le condizioni contrattuali offerte nel servizio di maggior tutela si articolano in due modalità: monoraria e bioraria. La modalità bioraria continua a rappresentare la scelta predominante tra la clientela domestica, coinvolgendo la quasi totalità dei punti di prelievo (99,5%).

I clienti per i quali è terminato *ex lege* il servizio di maggior tutela e che non hanno scelto un fornitore sul mercato libero vengono riforniti nell'ambito di un apposito **servizio a tutele graduali** per i clienti domestici non vulnerabili, disciplinato dall'Autorità per accompagnare il passaggio al mercato libero dell'energia elettrica e garantire la continuità della fornitura. Questo servizio si differenzia in base alla tipologia dei clienti e si articola in tre modalità: una per i clienti domestici, una per le microimprese e una per piccole imprese. La fornitura viene erogata da venditori selezionati attraverso specifiche procedure concorsuali. Ogni area territoriale è servita da un solo fornitore, che può operare in più aree contemporaneamente, purché abbia partecipato e sia risultato vincitore nelle gare per l'aggiudicazione del servizio.

Dal 1° gennaio 2021 il servizio di maggior tutela è cessato per le piccole imprese di energia elettrica connesse in bassa tensione e per le microimprese titolari di almeno un punto di prelievo connesso in bassa tensione e con potenza contrattualmente impegnata eccedente 15 kW. L'Autorità ha, quindi, definito le condizioni economiche e contrattuali di erogazione del servizio a tutele graduali per le piccole imprese.

Nel 2024 il numero di punti di prelievo domestici elettrici ha raggiunto complessivamente i 30,5 milioni; di questi, 5,6 milioni sono stati serviti in maggior tutela, 1,7 milioni nel nuovo servizio a tutele graduali e circa 23,2 milioni nel mercato libero.

Il numero dei clienti domestici nel servizio a tutele graduali include i punti aggiuntivi dovuti alla possibilità introdotta dal Governo¹ per i clienti domestici vulnerabili, serviti da un operatore del mercato libero o della maggior tutela, di richiedere l'attivazione del servizio a tutele graduali entro il 30 giugno 2025.

Il servizio a tutele graduali per le piccole imprese (nato nel 2021 per accogliere le piccole imprese connesse in bassa tensione e le microimprese con potenza contrattualmente impegnata eccedente 15 kW che non avevano più diritto al servizio di maggior tutela e non avevano scelto un'offerta nel mercato libero) i punti di prelievo serviti sono circa 200.000 unità. Il servizio a tutele graduali per le microimprese (iniziato il 1° aprile 2023 per servire i clienti non domestici titolari di punti di prelievo fino a 15 kW che hanno perso il diritto a essere serviti in maggior tutela e non avevano ancora scelto un fornitore nel mercato libero) i punti di prelievo serviti sono poco meno di 830.000 unità.

I clienti possono sempre stipulare un contratto nel mercato libero, scegliendo il venditore e il tipo di contratto più adatto alle proprie esigenze. In continuità con quanto già previsto dalla normativa vigente, dopo il 1° luglio 2024, il cliente vulnerabile² entra o esce su richiesta dal servizio di maggior tutela in qualunque momento possedendo o avendo maturato i requisiti richiesti (per esempio, un cliente del libero mercato che raggiunga l'età di 75 anni potrà accedere al servizio di maggior tutela).

Nel 2024 l'attività di switching è risultata molto elevata tra i consumatori domestici, sicuramente in parte stimolata dalle comunicazioni che hanno ricevuto sulla fine del servizio di maggior tutela. È verosimile, infatti, che l'uscita dal servizio di maggior tutela abbia spinto alcuni di loro a informarsi e a cercare un fornitore alternativo sapendo di dover comunque cambiare contratto.

Il **servizio di salvaguardia** accoglie i clienti non domestici che si trovano, anche temporaneamente, senza un contratto di compravendita di energia elettrica nel mercato libero, ma non hanno titolo per accedere al servizio

¹ Ai sensi dall'articolo 24 della legge n. 193/2024 (Legge Concorrenza 2024).

² La definizione di cliente vulnerabile comprende: i clienti con disabilità riconosciute ai sensi della legge 104/1992; i clienti con più di 75 anni; persone con gravi condizioni di salute che necessitano di apparecchiature elettromedicali indispensabili per il mantenimento in vita; i clienti in condizioni economiche svantaggiate titolari di bonus sociale elettrico. i clienti le cui utenze sono ubicate in strutture abitative di emergenza a seguito di eventi calamitosi.

di maggior tutela o a quello delle tutele graduali. Questi stessi clienti, inoltre, vengono ammessi al servizio di salvaguardia quando perdurano in una condizione di morosità. Dal 2008 il servizio viene erogato da società di vendita selezionate tramite un'asta, che ottengono il diritto a esercitare il servizio per due anni consecutivi.

Per quanto riguarda il **settore del gas naturale** il superamento delle tutele di prezzo si è completato alla fine del 2023.

Circa 1,6 milioni di punti domestici risulta aver sottoscritto un contratto *dual fuel*. Nel 2024 il numero di tali clienti è cresciuto rispetto al 2023 (erano 1,3 milioni); la loro quota sul totale dei clienti serviti nel mercato libero è salita al 6,7% dell'intera clientela domestica.

Tra le evoluzioni normative vi sono, altresì, quelle indotte dal Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR)³ il quale ha previsto, tra le riforme abilitanti, il completamento del processo di liberalizzazione nel settore della vendita al dettaglio dell'energia elettrica e misure di accompagnamento volte a garantire la piena concorrenzialità del settore, tra cui l'incremento della trasparenza della bolletta dell'energia elettrica.

Nell'ambito del monitoraggio dei mercati retail l'Autorità realizza un'attività di costante e strutturata analisi dei mercati della vendita di energia elettrica e gas naturale alla clientela di massa, ovvero ai clienti di piccola e media dimensione in termini di volumi di consumo. L'Autorità ha il compito di monitorare tali mercati e fare in modo che le disposizioni relative al buon funzionamento dei mercati, gli obblighi di servizio, gli standard di qualità, già da tempo adottati, siano osservati da tutti gli operatori del mercato.

Fin dalla fine del 2023, l'Autorità ha avviato un procedimento di revisione organica della Bolletta 2.0, finalizzato a migliorarla dal punto di vista della semplicità, della sua comprensibilità e dell'uniformità. La revisione organica della regolazione della Bolletta 2.0 ha avuto l'obiettivo di perseguirne un miglioramento dal punto di vista della semplicità, comprensibilità e uniformità. La nuova disciplina è in vigore dal 1° luglio 2025 per i clienti elettrici in bassa tensione e per quelli gas (domestici, condomini, PA, altri usi) con consumi annui fino a 200.000 Sm³.

Nel 2024 l'Autorità ha approvato interventi di aggiornamento ed efficientamento della regolazione precontrattuale e contrattuale di cui al Codice di condotta commerciale a vantaggio dei clienti finali di energia elettrica e gas naturale, relativi obblighi dei venditori in caso di modifiche delle condizioni contrattuali; disposizioni in materia di *telemarketing* e *teleselling*, nonché la conseguente armonizzazione della disciplina in materia di modifica delle condizioni contrattuali delle offerte PLACET e del servizio di tutela della vulnerabilità.

Nel corso del tempo l'Autorità ha contribuito a mettere a disposizione dei clienti finali numerosi strumenti per aumentare la comprensione del mercato libero e la capacità di scegliere consapevolmente il proprio fornitore. Si richiamano principalmente:

- il **Portale Offerte**, che contiene la descrizione delle offerte fisse e offerte variabili di mercato libero, delle offerte PLACET, nonché il calcolo della spesa dei servizi di tutela sia per l'energia elettrica, sia per il gas naturale. Le offerte presenti nel database del Portale Offerte riguardano le forniture elettriche, le forniture di gas naturale e *dual fuel*. Per il settore elettrico, le offerte rivolte ai clienti domestici sono a prezzo fisso e a prezzo variabile. Analogamente per il settore del gas naturale, le offerte disponibili sono a prezzo variabile e a prezzo fisso, per clienti domestici e condomini;
- il **Portale dei consumi di energia elettrica e di gas naturale** (c.d. Portale Consumi) è il sito internet istituzionale ove i consumatori possono accedere ai dati relativi alle forniture di energia elettrica e di gas naturale di cui sono titolari, ovvero ai dati di consumo storici e alle principali informazioni tecniche e contrattuali. Il Portale Consumi è oggetto di continue evoluzioni, finalizzate sia a verificarne e migliorarne le performance, sia per rendere ulteriormente disponibili nuove funzionalità. È inoltre consentito ai clienti

³ Tra gli investimenti del PNRR per la transizione ecologica e la promozione dell'autoconsumo rientrano la deliberazione 315/2024/R/eel Introduzione di meccanismi di incentivazione per le comunità energetiche rinnovabili (CER). e In relazione agli obiettivi del PNRR per la modernizzazione delle infrastrutture energetiche la deliberazione 501/2025/R/eel Revisione delle regole per lo sviluppo delle *smart grid* e digitalizzazione delle reti di distribuzione.

finali di autorizzare soggetti terzi designati ad accedere ai propri dati di consumo tramite il Portale Consumi, nel rispetto della normativa sulla privacy.

Specifiche iniziative di informazione per il superamento delle tutele di prezzo nel corso degli ultimi due anni sono state promosse dall'Autorità:

- per pubblicizzare la sezione del sito web dedicato ai consumatori;
- per fornire informazioni ai clienti domestici del settore elettrico circa l'erogazione del servizio a tutele graduali predisposto per i clienti domestici, sul superamento del servizio di maggior tutela, sui diritti dei clienti vulnerabili e sugli strumenti dell'Autorità per effettuare una scelta nel mercato libero, nonché informazioni per il cambio venditore (obbligo in capo agli esercenti la maggior tutela uscenti);
- per informare i clienti finali domestici titolari di un contratto di energia elettrica a condizioni di mercato libero relativamente ai diritti dei clienti vulnerabili e sulle condizioni loro destinate (obbligo in capo ai venditori di libero mercato);
- per pubblicizzare l'attivazione di detto servizio e comunicare le condizioni (contrattuali ed economiche) (obbligo in capo agli esercenti per il servizio a tutele graduali);
- sui diritti dei clienti vulnerabili gas, nonché sul servizio di tutela della vulnerabilità (obbligo in capo ai venditori di libero mercato).

L'Autorità ha inoltre emesso le *Linee guida relative ai Gruppi d'acquisto⁴ energia* rivolti a clienti finali domestici e piccole imprese, definendo l'assistenza e le informazioni che devono essere assicurate agli aderenti.

Per quanto riguarda il **Servizio Idrico Integrato (SII)**, esso comprende l'approvvigionamento, la distribuzione, la fognatura e la depurazione dell'acqua ed è regolato dall'Autorità con tariffe differenziate per utenti domestici e non domestici. Gli utenti domestici residenti beneficiano di una tariffa *pro capite*, basata sul numero di componenti del nucleo familiare, con fasce agevolate di consumo, mentre gli utenti domestici non residenti non accedono alle agevolazioni e pagano tariffe standard.

Gli utenti non domestici sono suddivisi in categorie (industriale, artigianale, commerciale, agricolo, zootecnico, pubblico). Le tariffe variano in base all'uso e al consumo, con una quota fissa per ogni segmento del servizio (acquedotto, fognatura, depurazione) e una quota variabile legata ai metri cubi consumati. La struttura della tariffa ha l'obiettivo di garantire equità, sostenibilità economica e di incentivare comportamenti virtuosi nel consumo idrico.

Per quanto riguarda i più recenti interventi dell'Autorità per il servizio idrico integrato, molteplici sono le misure adottate dalla regolazione per favorire investimenti strategici e sostenibili secondo le linee guida del PNRR. Le misure adottate dall'Autorità recentemente fanno esplicito riferimento a misure previste dal PNRR, incluse le disposizioni per incentivare investimenti in riduzione delle perdite idriche e digitalizzazione delle reti, in linea con gli obiettivi previsti.

A partire dal 2016, l'Autorità ha introdotto regole omogenee a livello nazionale con il "Testo integrato sulla regolazione della qualità contrattuale del servizio idrico integrato" (RQSII)⁵. Gli aspetti principali introdotti al fine di garantire uniformità di trattamento agli utenti, indipendentemente dal gestore locale riguardano:

- l'avvio e la cessazione del rapporto contrattuale (MC1) con l'introduzione dei tempi da rispettare per l'attivazione della fornitura e dei tempi per la disattivazione o voltura del contratto;
- la gestione del rapporto contrattuale e accessibilità al servizio (MC2), con l'introduzione di indicatori relativi a risposte a reclami e richieste scritte, tempi di rettifica della fatturazione, disponibilità e qualità degli sportelli fisici e dei servizi telefonici.

⁴ Soggetti associativi costituiti con la finalità di selezionare uno o più venditori per la somministrazione di energia elettrica e/o gas naturale ai clienti finali riuniti nel gruppo, senza divenire controparte del contratto di somministrazione di energia.

⁵ Deliberazione 655/2015/R/idr del 28 dicembre 2015.

Infine, sono state definite regole per la fatturazione e la trasparenza, stabilendo, tra l'altro, la frequenza minima di emissione delle bollette e la chiarezza delle informazioni riportate.

Sono stati previsti indennizzi automatici se il gestore non rispetta gli standard, prevedendo il diritto dell'utente a vedersi accreditato tale indennizzo direttamente in bolletta, nel caso di mancato rispetto degli standard stessi.

La regolazione della qualità contrattuale del servizio idrico integrato prevede l'applicazione di un meccanismo incentivante con l'obiettivo di promuovere il miglioramento continuo: i gestori che rispettano o superano gli standard ricevono premi, mentre i gestori che non li rispettano subiscono penalità.

Dall'anno 2018, è in vigore una specifica regolazione⁶ in materia di qualità tecnica del Servizio idrico integrato, volta alla promozione di uno stabile miglioramento nella qualità tecnica del servizio erogato alle utenze. Questo percorso di miglioramento progressivo secondo l'impianto previsto dall'Autorità, prevede che la qualità tecnica venga misurata con l'ausilio di specifici indicatori classificabili in tre categorie principali:

- indicatori ai quali sono associati standard specifici di qualità, volti a rilevare in particolare disservizi in termini di continuità del servizio di acquedotto;
- indicatori ai quali sono associati standard generali di qualità, denominati macro-indicatori;
- requisiti minimi per l'accesso alla regolazione, denominati prerequisiti, che attengono alla disponibilità e all'affidabilità dei dati comunicati, in particolare di quelli relativi alla misura, alla conformità alla normativa sulla qualità dell'acqua distribuita, alla conformità alla normativa sulla gestione delle acque reflue.

Per ciascun macro-indicatore sono individuate specifiche classi che rappresentano le differenti situazioni di criticità in cui si colloca ogni gestore, variando dalla classe A per le gestioni che presentano ottime prestazioni dal punto di vista della regolazione tecnica, fino ad arrivare alla classe E per le gestioni che presentano le maggiori criticità.

Il modello di regolazione prevede, inoltre, che ciascun macro-indicatore di qualità tecnica sia affiancato da uno o più indicatori semplici, che svolgono una funzione di supporto nelle valutazioni delle performance di qualità conseguite da ciascuna gestione; inoltre, al fine di monitorare e verificare i dati e le informazioni resi disponibili da ciascuna gestione, la regolazione prevede precisi obblighi di registrazione e di rendicontazione di tutte le grandezze necessarie. I principali strumenti di incentivo a supporto dell'RQTI sono un meccanismo volto all'erogazione di premi o di penali alle gestioni, in funzione del conseguimento o meno degli obiettivi fissati per ciascuno dei macro-indicatori applicabili alle medesime gestioni, un meccanismo reputazionale legato al precedente meccanismo di premi-penali e un meccanismo diretto di tutela alle utenze costituito dalla corresponsione di indennizzi automatici agli utenti finali che subiscono un disservizio legato a uno o più indicatori sulla continuità del servizio⁷.

Per quanto riguarda il **settore dei rifiuti urbani**, l'Autorità ha assunto un ruolo centrale nella regolazione del settore a partire dalla legge 205/2017. L'ambito di regolazione e controllo del ciclo dei rifiuti urbani, inclusi quelli differenziati, si dispiega principalmente attraverso il Metodo Tariffario Rifiuti. Il sistema tariffario MTR-3⁸ dell'Autorità, valido per il periodo 2026–2029, regola le tariffe del servizio rifiuti urbani garantendo copertura dei costi efficienti e promuovendo trasparenza e sostenibilità. Le tariffe per gli utenti domestici si articolano in una parte fissa e una parte variabile; con limiti di crescita per tutelare gli utenti. Il metodo prevede aggiornamenti biennali e incentivi per miglioramenti qualitativi e gestionali.

⁶ Tale specifica regolazione verrà richiamata nel seguito con la sigla abbreviata "RQTI".

⁷ Per una sintesi dello stato dei servizi nel settore idrico si veda anche il capitolo 5 Qualità contrattuale del Volume 1 della Relazione annuale e successivi che illustra gli elementi che costituiscono la qualità contrattuale del servizio idrico. Gli esiti del citato ciclo di applicazione del meccanismo incentivante sono illustrati nella deliberazione del 27 maggio 2025, 225/2025/R/idr, recante "Applicazione del meccanismo incentivante della regolazione della qualità tecnica del Servizio Idrico Integrato (RQTI), per le annualità 2022-2023. Risultati finali".

⁸ L'MTR-3, che sarà in vigore per il periodo 2026–2029, disciplina il nuovo sistema tariffario e che tiene conto dei costi efficienti e della qualità del servizio, articolando le tariffe per diverse tipologie di utenti.

Nel 2025 l'Autorità ha approvato diversi provvedimenti significativi nel settore dei rifiuti urbani, focalizzandosi su tariffe, qualità tecnica, e inclusione sociale.

Per quanto riguarda la regolazione della qualità del servizio rifiuti, il Testo unico TQRIF, allegato alla deliberazione 15/2022/R/rif prevede obblighi minimi di qualità contrattuale e tecnica, definisce indicatori e standard differenziati per le gestioni e introduce indicatori di performance obbligatori e facoltativi per misurare aspetti come la continuità del servizio, la sicurezza e l'efficienza operativa. Ha stabilito inoltre obblighi di registrazione, trasmissione e pubblicazione dei dati da parte dei gestori. Infine, tra gli obiettivi, ha posto quello di promuovere il miglioramento continuo attraverso obiettivi di qualità e meccanismi di incentivazione.

L'Autorità, con la deliberazione dell'Autorità 374/2025/R/rif ha completato nel 2025 la regolazione della qualità tecnica del servizio, incentivando investimenti in infrastrutture adeguate con disposizioni che entreranno in vigore dal 1° gennaio 2026, disegnando un sistema più equo, trasparente e orientato alla performance.

Infine, con le deliberazioni 133/2025/R/rif e 355/2025/R/rif sono stati previsti l'avvio e l'attuazione del bonus sociale rifiuti, destinato agli utenti domestici in condizioni economico-sociali disagiate in attuazione dell'art. 57-bis del decreto-legge 124/2019 e del d.P.C.M. 21 gennaio 2025 n. 24. Con l'avvio del procedimento, è stata introdotta la componente tariffaria perequativa UR3 (6 euro annui per utenza) per finanziare il bonus.

Con l'approvazione del Testo unico del bonus rifiuti (TUBR -Allegato A alla deliberazione 355/2025/R/rif) sono state definite le regole operative per l'erogazione in modo automatico del bonus rifiuti. Il testo disciplina le modalità applicative per il riconoscimento automatico a partire dal 2026, senza necessità di domanda da parte del cittadino del bonus rifiuti. I dati dei nuclei potenzialmente beneficiari provenienti da INPS saranno gestiti tramite il sistema SGate (già operativo per il bonus elettrico per disagio fisico) che li metterà a disposizione dei gestori idrici territorialmente competenti per l'erogazione della compensazione nel documento di riscossione.

L'Autorità ha sede a Milano e ha un ufficio a Roma; opera attraverso l'emanazione di provvedimenti (deliberazioni, determinazioni), e la pubblicazione di documenti (atti di natura non provvedimento: pareri e segnalazioni, documenti di consultazione, rapporti, comunicati, istruzioni tecniche, etc.) e la pubblicazione di informazioni di vario tipo (elenchi, aggiornamenti di prezzi e tariffe, livelli di qualità del servizio, etc.).

Tutti i documenti sono pubblicati sul sito internet dell'Autorità www.arera.it (l'Autorità è proprietaria del dominio internet *arera.it*).

Per quanto riguarda l'attività internazionale, ARERA partecipa ai lavori della *European Union Agency for the Cooperation of Energy Regulators* (ACER) ed è membro fondatore del *Council of European Energy Regulators* (CEER). È il principale promotore dell'Associazione dei regolatori dell'energia del Mediterraneo (MEDREG) e ricopre un ruolo di primo piano nell'*Energy Community Regulatory Board* (ECRB). Assicura un supporto anche all'*International Confederation of Energy Regulators* (ICER) e ha promosso l'avvio dello *European Water Regulators* (WAREG), un network per la cooperazione fra regolatori del settore idrico.

Nel formulare questo Capitolato, l'Autorità tiene conto dei risultati e dell'esperienza maturata nelle indagini e ricerche di mercato svolte nel corso della sua attività.

2.2 Situazione, esigenze ed obiettivi dell'Autorità

Tra le finalità indicate dalla propria legge istitutiva, l'Autorità deve garantire i livelli di tutela, promuovere la consapevolezza e l'informazione ai consumatori di energia elettrica, di gas e del servizio idrico integrato e del servizio di gestione dei rifiuti urbani, nonché perseguire la promozione del miglioramento della qualità di questi servizi. Inoltre, l'Autorità deve promuovere il risparmio energetico e il miglioramento dell'efficienza energetica negli usi finali. La legge istitutiva prevede la verifica periodica della qualità e dell'efficienza delle prestazioni erogate dai soggetti regolati acquisendo anche la valutazione degli utenti e, in particolare, lo svolgimento di rilevazioni demoscopiche della soddisfazione dei clienti e dell'efficacia dei servizi (art. 2, comma 12, lettere i), l), e n) e comma 23). Il presente Capitolato descrive le esigenze dell'Autorità in merito alla possibilità di effettuare indagini per le seguenti tipologie di ricerche:

- A) Indagini consolidate effettuate in diverse edizioni nel corso dell'attività dell'Autorità:
- A.1 Indagine sulla qualità dei servizi telefonici delle aziende di vendita di energia elettrica e gas;
 - A.2 Indagine sulla qualità delle risposte scritte ai reclami delle aziende di vendita di energia elettrica e gas;
 - A.3 Indagine longitudinale sui mercati liberalizzati (settori elettrico e gas);
- B) Indagini da sviluppare nei settori ambientali e altre indagini da sviluppare in base alle necessità in tutti i settori regolati.
- B.1 Indagine sui servizi idrici
 - B.2 Altre indagini sui settori regolati.

I servizi richiesti al Fornitore nel corso del periodo contrattuale comprendono, per quanto riguarda le indagini consolidate:

- a) due indagini annuali CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) per il controllo periodico della *customer satisfaction* dei clienti che si rivolgono ai *call center* dei venditori di energia elettrica e di gas;
- b) due indagini annuali CATI e CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*) per il controllo periodico della *customer satisfaction* presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti presentati dai clienti finali⁹;
- c) un'indagine longitudinale CATI e CAWI sui comportamenti e sulle esigenze dei clienti nel mercato liberalizzato dell'energia elettrica e del gas (clienti domestici e non domestici);

Per quanto riguarda le indagini da realizzare o da sviluppare, non ancora consolidate:

- d) due indagini annuali CATI per il controllo periodico della *customer satisfaction* degli utenti dei servizi idrici;
- e) altre possibili ricerche *ad hoc* (qualitative e/o quantitative) su temi di interesse dell'Autorità (inerenti i settori regolati dell'energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, servizio gestione rifiuti) in relazione ad esigenze non definite nel dettaglio in termini di ricerche al momento della redazione di questo documento.

Di seguito si descrivono le caratteristiche principali delle indagini che dovranno essere effettuate nel periodo contrattuale.

2.2.1 Indagine sulla *customer satisfaction* dei servizi di *call center*

Per quanto attiene i servizi relativi alle ricerche consolidate A.1 e A.2, gli aspetti fondamentali della regolazione, sia della **qualità dei servizi telefonici**, sia di quella relativa alla risposta ai **reclami**, sono previsti

⁹ Utilizza marginalmente la metodologia CAWI al fine di garantire la numerosità campionaria di base e una migliore rappresentatività dei campioni per azienda di vendita e con i delegati (professionisti, associazioni dei consumatori) di cui si sono avvalsi i clienti per presentare un reclamo.

dall'Allegato A del “Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale” (di seguito: TIQV) alla deliberazione 05 agosto 2025, 399/2025/R/com, in vigore dal 1° gennaio 2026.

Per i servizi telefonici generalmente erogati dai *call center* delle aziende di vendita di energia elettrica e di gas (di seguito: venditori), il TIQV fissa obblighi di servizio, standard generali di qualità dei servizi telefonici e il monitoraggio della soddisfazione di questi servizi presso i clienti. È prevista inoltre la pubblicazione di indicatori risultanti da indagini di *customer satisfaction* per la verifica dell'efficacia del servizio telefonico reso dai venditori, sia a livello generale che in forma aggregata per gruppi omogenei di aziende; l'articolo 31 in particolare, prevede che l'Autorità effettui annualmente un'indagine di soddisfazione, intervistando un campione di clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center* dei venditori, attraverso la metodologia del *call-back*.

Al fine di assicurare la rilevanza statistica dell'indagine, i venditori di energia elettrica e gas che partecipano all'indagine saranno individuati con determinazione del Direttore della Direzione Consumatori e Utenti dell'Autorità (di seguito: DICU), nella quale saranno dettagliati con congruo anticipo gli obiettivi, i tempi, i criteri e la metodologia dell'indagine, i dati che dovranno essere resi disponibili all'Autorità per l'effettuazione dell'indagine stessa dai venditori che partecipano all'indagine e le modalità dell'eventuale pubblicazione dei relativi esiti.

Per l'individuazione dei venditori tenuti a effettuare l'indagine saranno utilizzati i dati che i venditori comunicano nell'ambito delle raccolte dati periodiche dell'Autorità, considerando il numero medio giornaliero delle chiamate ricevute dai propri *call center* nell'anno precedente.

Al fine di individuare i clienti finali che hanno chiamato e ottenuto una risposta dal *call center*, ogni venditore che partecipa all'indagine dovrà fornire, secondo istruzioni operative definite con determinazione del Direttore della Direzione Consumatori e Utenti, nella quale sono stabilite, tra l'altro, modalità tali da garantire il rispetto del GDPR e adeguata rappresentatività del campione di interviste rispetto alle chiamate complessive ricevute, gli elenchi dei clienti finali che hanno ottenuto una risposta dal *call center*, corredati delle informazioni necessarie allo svolgimento dell'indagine. I venditori saranno tenuti a informare i clienti finali della comunicazione dei dati all'Autorità, nell'IVR o albero fonico nei giorni stabiliti per l'indagine e nelle informative sul trattamento dei dati personali rese ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 (di seguito: GDPR) e a comunicare ad ARERA solo i nominativi dei soggetti che non si sono espressamente opposti a essere intervistati.

In esito all'indagine di soddisfazione dei clienti finali, per ogni venditore è determinato un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS¹⁰, variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati dall'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

I venditori che partecipano all'indagine potranno, con modalità definite con determinazione del Direttore DICU dell'Autorità, compartecipare alla realizzazione dell'indagine di soddisfazione dei clienti finali aumentando, a proprie spese, il numero di interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità. In tal caso, l'intervallo di confidenza di cui al comma precedente è valutato sul campione complessivo di interviste effettuate, pari alla somma del minimo di interviste assicurato dall'Autorità più il numero di interviste effettuate a spese del venditore.

Gli esiti e le informazioni rilevate dalle indagini potranno essere pubblicati annualmente sul sito dell'Autorità, anche con modalità comparative.

¹⁰ Si rinvia all'Appendice 1 per la descrizione dell'Indice di *customer satisfaction* ICS.

2.2.2 Indagine sulla *customer satisfaction* presso i clienti per le risposte scritte ricevute dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti

La disciplina del TIQV¹¹, che si applica nei confronti dei clienti del servizio elettrico domestici e non domestici alimentati in bassa e media tensione e dei clienti del servizio gas alimentati in bassa pressione stabilisce, tra l'altro, i contenuti minimi del reclamo, i tempi massimi di risposta da parte dei venditori ai reclami scritti e alle richieste scritte di informazione, i contenuti informativi e documentali minimi delle risposte fornite e gli eventuali indennizzi automatici da corrispondere ai clienti in caso di mancato rispetto dei tempi massimi di risposta, che costituiscono standard specifici di qualità applicati a ogni singola prestazione.

Anche nei confronti delle imprese di distribuzione, l'Autorità ha stabilito standard generali di qualità per la risposta ai reclami eventualmente sottoposti dai clienti finali e standard specifici di qualità relativi ai tempi di risposta alle richieste di dati tecnici sottoposte dai venditori in caso di reclami dei clienti finali che coinvolgono prestazioni di esclusiva competenza del distributore.

Il cliente finale che, anche alla luce delle informazioni eventualmente ottenute rivolgendosi al servizio *call center* o presso altri punti di contatto resi disponibili dal proprio venditore, riscontra una presunta irregolarità nell'erogazione dei servizi elettrico o gas o ritiene poco comprensibile, ad esempio, una clausola del proprio contratto di fornitura, si rivolge in primo luogo all'impresa di vendita (o, in modo residuale nei casi previsti¹², all'impresa di distribuzione) mediante un reclamo scritto o una richiesta scritta di informazioni.

L'impresa di vendita è tenuta ad assicurare una gestione efficiente dei reclami e delle richieste di informazione e, nel caso del reclamo scritto, deve fornire una risposta completa (motivata e documentata) entro 30¹³ giorni solari dal ricevimento dello stesso. Se queste condizioni non vengono rispettate, l'impresa deve riconoscere al cliente finale un indennizzo, trasferito automaticamente in bolletta, pari a 30 euro. Le imprese di distribuzione possono essere coinvolte con una richiesta di dati tecnici o per le prestazioni di propria competenza.

In caso di mancata risposta al reclamo entro i termini previsti dal TIQV da parte dell'impresa, o di risposta ritenuta insoddisfacente, il cliente può rivolgersi al Servizio Conciliazione clienti energia¹⁴ o ad altro organismo ADR iscritto all'elenco di cui alla deliberazione 620/2015/E/com, modificato e integrato con la deliberazione 14 luglio 2020, 267/2020/E/com, e, per determinate fattispecie, ricorrere a delle precodificate procedure speciali presso lo Sportello per il consumatore Energia e Ambiente.¹⁵

¹¹ Per reclami o richieste di informazione relativi alle prestazioni del servizio di distribuzione e misura.

¹² Il TIQV prevede all'articolo 38 anche l'effettuazione di un'indagine sulla soddisfazione dei clienti finali che hanno ricevuto una risposta a un reclamo scritto da parte di un venditore.

¹³ Dal 2019, precedentemente lo standard era fissato in 40 giorni solari.

¹⁴ Il Servizio Conciliazione è stato istituito dall'Autorità per mettere a disposizione dei clienti finali di energia elettrica e gas una procedura semplice e veloce di risoluzione di eventuali controversie con gli operatori, mediante l'intervento di un conciliatore appositamente formato in mediazione ed energia che aiuta le parti a trovare un accordo. Il Servizio Conciliazione è disponibile anche per i prosumer (produttori e consumatori di energia elettrica) per le eventuali controversie con gli operatori e il GSE. Il Servizio Conciliazione, gestito da Acquirente Unico per conto dell'Autorità, è gratuito e si svolge on line, in conformità con la normativa europea sull'energia e sulla risoluzione alternativa delle controversie (ADR - *Alternative Dispute Resolution*). Il Servizio Conciliazione è iscritto negli elenchi ADR e ODR europei in materia di consumo.

¹⁵ Le procedure Speciali Risolutive per le controversie con il proprio fornitore su specifiche materie, in deroga al tentativo obbligatorio di conciliazione sono relative a: bonus luce e gas in caso di mancata o ritardata erogazione del bonus, contestazione di procedure di recupero del bonus; ritorno al precedente fornitore in caso di contratto ritenuto non concluso correttamente da parte dei clienti non domestici; corrispettivo di morosità (CMOR), a fronte di errori nelle procedure di addebito in assenza dei requisiti previsti dalla regolazione o di mancato annullamento del CMOR a seguito di avvenuto pagamento dell'intera posizione debitoria, doppia fatturazione a seguito di cambio fornitore, mancata erogazione di un indennizzo automatico dovuto dal fornitore entro le tempistiche previste dalla regolazione.

Poiché per essere efficace l'intervista telefonica deve avvenire entro pochi giorni dal momento in cui il cliente ha ricevuto la risposta al suo reclamo, i venditori di energia elettrica e gas partecipanti all'indagine, selezionati in base al numero di clienti e al numero di reclami gestiti nell'anno di riferimento, saranno tenuti a fornire l'elenco dei clienti che hanno inoltrato un reclamo a cui è stata data risposta scritta, nei precedenti 5-7 giorni lavorativi.¹⁶

La società di ricerca, entro massimo 5 giorni dal ricevimento delle liste di clienti da richiamare, realizzerà le interviste telefoniche previste dal piano di campionamento; le interviste saranno utilizzate per indagare la percezione presso i clienti del modo in cui il loro reclamo o la loro richiesta di informazione sono stati trattati e la soddisfazione complessiva; nel corso dell'intervista sarà poi richiesto loro di formulare un giudizio in relazione agli specifici fattori della qualità. Le interviste verranno realizzate in più *wave* nel corso dell'anno (minimo 6) per assicurare la freschezza della risposta da parte del cliente intervistato.

Al fine di assicurare la rilevanza statistica dell'indagine (dato che il numero di reclami varia di anno in anno in quantità tali da incidere sul calcolo dell'indice aziendale ICS), i venditori che partecipano all'indagine saranno individuati con determinazione del Direttore DICU dell'Autorità, nella quale saranno dettagliati con congruo anticipo gli obiettivi, i tempi, i criteri e la metodologia dell'indagine, i dati che dovranno essere resi disponibili all'Autorità dai venditori che partecipano all'indagine e le modalità dell'eventuale pubblicazione dei relativi esiti.

L'indagine è effettuata attraverso la metodologia del *call-back*, intervistando i clienti finali che dalle registrazioni del venditore risultano essere destinatari di una risposta a un loro reclamo. A tal fine, ogni venditore che partecipa all'indagine fornisce l'elenco dei clienti finali, secondo istruzioni operative adottate nel rispetto del GDPR che definiscono, tra l'altro, le modalità di trasmissione degli elenchi dei clienti finali¹⁷ destinatari di una risposta scritta corredati delle informazioni necessarie allo svolgimento dell'indagine. I venditori sono tenuti a informare i clienti finali nella risposta scritta al reclamo della comunicazione dei dati all'Autorità, e nelle informative sul trattamento dei dati personali rese ai sensi del GDPR e a comunicare ad ARERA solo i nominativi dei soggetti che non si sono espressamente opposti a essere intervistati.

In esito all'indagine di soddisfazione dei clienti finali, per ogni venditore è determinato un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti - ICS, variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati nell'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

Gli esiti e le informazioni rilevate dall'indagine sulle risposte scritte ai reclami potranno essere pubblicati annualmente sul sito dell'Autorità, anche con modalità comparative.

Nel corso del periodo contrattuale, dovranno essere svolte due edizioni dell'indagine annuale volte a monitorare il giudizio e la soddisfazione dei clienti sui fattori di qualità utili a enucleare le maggiori criticità percepite dai clienti nella trattazione da parte dei venditori dei loro reclami, in modo da disporre di dati per supportare eventuali azioni di miglioramento della tutela.

¹⁶ Le istruzioni operative per i venditori che partecipano all'indagine definiscono una dettagliata disciplina del trattamento dei dati nel pieno rispetto del GDPR.

¹⁷ La comunicazione dei dati di contatto dell'interessato dalla società di vendita alla società incaricata di effettuare l'indagine è necessaria, ai fini del contatto preliminare, per l'adempimento di un compito svolto nel pubblico interesse o per l'esercizio di pubblici poteri attribuiti all'ARERA, ovvero lo svolgimento di rilevazioni demoscopiche della soddisfazione dei clienti e dell'efficacia dei servizi previsto dalla legge istitutiva. Il trattamento è effettuato in base all'articolo 6, par. 1 lett. e) del GDPR e all'articolo 2-ter, comma 2 del Codice della Privacy.

2.2.3 Indagine longitudinale sui comportamenti e le esigenze dei clienti nel mercato liberalizzato dell'energia elettrica e del gas

La legge n. 481/95 prevede che l'Autorità promuova la concorrenza, l'efficienza nell'offerta dei servizi (nel caso specifico: elettrici e gas) e la tutela degli interessi dei consumatori; a questo fine l'Autorità monitora l'evoluzione dei settori e dei singoli servizi, pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi medesimi e ne controlla lo svolgimento.

L'Autorità effettua periodicamente diverse indagini sul mercato libero e sulle condizioni di vendita al dettaglio di energia elettrica e di gas naturale ai clienti di piccole dimensioni. In particolare, sono state effettuate indagini presso i consumatori che hanno già scelto almeno un'offerta del mercato libero, per valutare la loro capacità di scegliere consapevolmente e monitorare i risultati delle scelte effettuate.

L'**indagine sui mercati liberalizzati** è funzionale ad acquisire elementi utili sull'evoluzione del comportamento del consumatore nei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas. Gli esiti di tale indagine sono pubblicati nel Rapporto "Monitoraggio sull'evoluzione dei mercati di vendita al dettaglio dell'energia elettrica e del gas¹⁸" e riguardano:

- a) la soddisfazione del cliente circa il fornitore attuale;
- b) la conoscenza del mercato libero dell'energia elettrica e del gas naturale;
- c) la conoscenza e consapevolezza dei clienti circa la possibilità di cambiare fornitore degli effetti del cambio fornitore;
- d) le fonti informative utilizzate per informarsi e/o reperire le offerte di energia elettrica e gas;
- e) la consapevolezza della spesa derivante dal contratto sottoscritto in relazione alla fornitura di energia;
- f) la conoscenza delle condizioni contrattuali differenti dal prezzo (es.: durata, o servizi aggiuntivi) o di servizi forniti da soggetti terzi;
- g) la conoscenza e/o sottoscrizione di contratti con gruppi d'acquisto¹⁹;
- h) l'evoluzione delle capacità e delle motivazioni delle scelte o la propensione a modificare la scelta del fornitore in risposta a segnali di prezzo, la presenza di altri motivi materiali e immateriali in relazione alle decisioni e scelte effettuate per i contratti di fornitura;
- i) le caratteristiche degli intervistati che hanno cambiato fornitore almeno una volta negli ultimi anni, tra cui l'età media, il livello di istruzione e la localizzazione geografica;
- j) i canali attraverso i quali è stata sottoscritta l'offerta;
- k) per gli intervistati che non hanno cambiato fornitore in precedenza vengono espone le ragioni sottostanti tale scelta e la propensione a cambiare nel prossimo futuro.

Al fine di prevedere eventuali modifiche alla regolazione volte a garantire il buon funzionamento del mercato e svolgere eventuali e ulteriori attività di tutela dei consumatori e di informazione l'indagine prevede inoltre alcune domande finalizzate a verificare il grado di *capacitazione*, l'esistenza di ostacoli a un ruolo attivo e consapevole del cliente, la percezione sul grado di apertura del mercato retail e l'efficacia della concorrenza. L'indagine monitora il mercato libero e i servizi di tutela, le principali barriere al cambiamento percepite dai consumatori o eventuali problematiche che possono manifestarsi nel corso del tempo.

Le indagini sono volte anche a verificare la presenza di elementi di criticità che incidono sul comportamento dei clienti finali come la capacità di orientarsi tra le diverse offerte, gli strumenti utilizzati per informarsi, le fasi di scelta e di comparazione tra offerte sempre più numerose e complesse.

¹⁸ Rapporto al Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza energetica e alle Commissioni parlamentari competenti, ai sensi del comma 6 dell'articolo 2 del decreto del Ministero dello Sviluppo economico del 31 dicembre 2020, recante prime modalità per favorire l'ingresso consapevole dei clienti nel mercato libero dell'energia elettrica e del gas.

¹⁹ <https://www.arera.it/it/consumatori/gruppiacquisto.htm>

Nell'attuale contesto, l'Autorità ha l'esigenza di monitorare frequentemente il mercato e di effettuare delle rilevazioni sui comportamenti e sulle scelte dei clienti domestici e non domestici di piccole dimensioni, la loro conoscenza del funzionamento del mercato, le fonti di informazione utilizzate, intervistandoli a distanza di tempo.

Nel corso del periodo di fornitura si prevede pertanto di effettuare due ondate di rilevazione a distanza di 6-8 mesi²⁰ con tecnica mista simultanea CATI e CAWI a clienti domestici facenti parte di un *panel* e clienti non domestici.

Si richiede al Fornitore di tener conto che per questa tipologia di indagine non verranno fornite liste da cui attingere il campione e sarà cura del Fornitore procedere al reperimento dei clienti da intervistare domestici e non domestici.

2.2.4 Ricerche sul servizio idrico, e indagini *ad hoc* (quantitative e/o qualitative) su temi di interesse dell'Autorità, tra i quali il servizio di gestione dei rifiuti urbani

Tra le funzioni istituzionali dell'Autorità, oltre che la promozione della qualità dei servizi regolati, rientrano la tutela e l'informazione dei consumatori.

Analogamente a quanto fatto negli anni scorsi per i settori elettrico e gas, Arera ha intenzione di effettuare, in ciascuno degli anni del periodo contrattuale oggetto del presente capitolato, un'indagine presso gli utenti finali sul servizio idrico, per acquisire il giudizio degli utenti dei servizi. L'indagine sui servizi idrici sarà finalizzata a raccogliere elementi puntuali e dati su aspetti circoscritti indicati dagli utenti e ritenuti più rilevanti dagli stessi, non necessariamente collegati e circoscritti ad aspetti regolati, ma legati anche alla soddisfazione, alla percezione e alle aspettative degli utenti finali. L'esito delle indagini potrà fornire elementi utili per migliorare la consapevolezza e le informazioni e orientare meglio la regolazione del servizio nel suo complesso.

Nel corso del periodo della fornitura, l'Autorità potrebbe ritenere necessario effettuare ulteriori *indagini demoscopiche qualitative o quantitative ad hoc a livello nazionale* (in tutti i settori regolati: energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, rifiuti) che, al momento non sono definite in termini di dettaglio delle caratteristiche delle ricerche e che, a seconda delle specifiche esigenze e della consulenza fornita dal Fornitore, potrebbero consistere in indagini quantitative e/o qualitative (alternative tra di loro o in combinazione). Le indagini da realizzare e attualmente non descritte (nella loro completezza) saranno definite non appena disponibili gli ulteriori elementi necessari per l'effettuazione della stessa.

I risultati delle indagini, qualora richieste, dovranno fornire elementi utili per le attività inerenti al complesso di compiti istituzionali descritti al paragrafo 2.1 e/o per progettare iniziative di comunicazione finalizzate alla tutela e all'informazione dei consumatori.

²⁰ L'intervallo di tempo è soggetto a riconferma.

3. SERVIZI RICHIESTI E REQUISITI SPECIFICI

3.1 Oggetto della fornitura

Sono compresi nell'oggetto della fornitura i servizi e le attività di:

- n. 2 indagini telefoniche quantitative annuali per il controllo periodico della *customer satisfaction* dei clienti che si rivolgono ai *call center* dei venditori di energia elettrica e di gas;
- n. 2 indagini telefoniche (e marginalmente CAWI) quantitative annuali per il controllo periodico della *customer satisfaction* presso i clienti che hanno ricevuto risposte scritte dai venditori di energia elettrica e di gas a seguito dei reclami scritti presentati;
- n. 1 indagine longitudinale quantitativa telefonica CATI (e con questionari CAWI su richiesta del cliente), in due *wave* a distanza di massimo 12-18 mesi una dall'altra, sui comportamenti e sulle esigenze dei clienti nei mercati liberalizzati dell'energia elettrica e del gas (clienti domestici e non domestici);
- n. 10.000 interviste telefoniche CATI da destinare alle indagini sul servizio idrico;
- n. 20.000 interviste telefoniche CATI da destinare a altre possibili ricerche *ad hoc* (quantitative e/o qualitative) attualmente non definite nel dettaglio, attivabili nel breve termine su temi di interesse dell'Autorità (inerenti i settori dell'energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, servizio di gestione dei rifiuti urbani).

I diversi servizi richiesti, descritti nei seguenti paragrafi più in dettaglio, indicano per ciascuno di essi la metodologia di ricerca, le caratteristiche del campione e altri requisiti specifici.

Per le ricerche in cui la metodologia è consolidata (paragrafi 3.1.1, 3.1.2 e 3.1.3), sono descritte anche nel dettaglio le fasi e le attività richieste.

Per le ricerche in cui la metodologia non è ancora consolidata si descrivono in linea di massima le caratteristiche dei servizi richiesti.

Nel capitolo 4 sono descritti i requisiti applicabili a tutti i servizi di ricerca richiesti, inclusa la stratificazione dei campioni quantitativi, la reportistica da produrre, le regole di qualità da osservare.

L'Autorità si riserva, sulla base delle proprie esigenze, di modificare le modalità di esecuzione descritte, di introdurre nuove modalità, di definire/modificare gli attuali standard, anche in corso d'opera, dandone congruo preavviso al Fornitore secondo quanto previsto nel capitolo 5, in particolar modo in relazione alle ricerche attualmente non definite dettagliatamente nelle varie fasi.

L'Autorità si riserva inoltre la facoltà di avviare più attività di indagine in parallelo, anche con tempistiche sovrapposte. A tal fine, il Fornitore dovrà garantire un'organizzazione adeguata, predisponendo risorse umane e strutture operative idonee a gestire simultaneamente più ricerche, assicurando in ogni caso il rispetto degli standard qualitativi, delle tempistiche e delle modalità operative richieste dall'Autorità nei successivi capitoli. In aggiunta, le modalità di esecuzione descritte in questo capitolato potranno essere congiuntamente riviste, anche su proposta del Fornitore o su esigenze dell'Autorità (emerse per esempio rispetto a nuove necessità conoscitive legate a nuovi provvedimenti normativi e/o regolatori) e potranno essere concordate opportune semplificazioni o variazioni in funzione delle specificità degli obiettivi di regolazione e vigilanza dei settori regolati.

Inoltre, l'Autorità si riserva di chiedere al Fornitore di utilizzare prodotti, piattaforme informatiche o modulistica specifica, messi a disposizione dall'Autorità stessa, di supporto alla gestione dei servizi oggetto della fornitura (per esempio l'utilizzo dell'area operativa per l'indagine della qualità dei servizi telefonici e per l'indagine sulle risposte scritte ai reclami).

L'Autorità si riserva infine di avvalersi di terzi per il supporto allo svolgimento di attività di propria competenza (es: verifiche e controlli), ferma restando la sua responsabilità globale nello svolgimento di tali attività.

3.1.1 Indagine telefonica quantitativa annuale per il controllo periodico della customer satisfaction dei clienti che si rivolgono ai call center dei venditori di energia elettrica e di gas

Obiettivi dell'indagine

Nell'ambito dei compiti di controllo dello svolgimento dei servizi secondo gli standard di qualità fissati ai sensi della legge n. 481/95, l'Autorità ha svolto nel corso del tempo numerose indagini volte al monitoraggio della qualità dei servizi telefonici e intende dare continuità alle indagini effettuate sino ad ora, come previsto dall'articolo 31 del TIQV.

L'indagine sulla qualità dei servizi telefonici è rivolta ai clienti di gas e/o di energia elettrica, alimentati rispettivamente in bassa pressione o in bassa tensione che hanno effettivamente fruito dei servizi telefonici messi a disposizione dal proprio fornitore di energia e parlato con un operatore nei giorni precedenti all'indagine.

Il contenuto specifico dell'indagine riguarda le modalità di erogazione dei servizi telefonici e la rilevazione e misurazione della *customer satisfaction* sui principali fattori di qualità del servizio telefonico reso dai *call center* (es. comprensibilità dei messaggi registrati, percezione del tempo di attesa, qualità della risposta fornita dagli operatori, etc.)²¹.

Gli esiti e le informazioni rilevate dalle indagini, di norma annuali, potranno essere pubblicati annualmente sul sito dell'Autorità, anche con modalità comparative. Essi includono un rapporto generale con i risultati aggregati e rapporti individuali aziendali che vengono consegnati a fine indagine alle aziende partecipanti.

Sulla base dei risultati dell'indagine, per ognuna delle aziende partecipanti viene calcolato l'indice di soddisfazione (ICS) secondo la metodologia descritta nell'Appendice 1 al presente Capitolato tecnico.

Metodologia di rilevazione e campione di indagine

Ogni azienda partecipante all'indagine fornirà, secondo un calendario prestabilito e preparato dal Fornitore e secondo istruzioni operative definite con determinate del Direttore DICU dell'Autorità²², una serie di elenchi di clienti che durante uno specifico giorno o coppia di giorni hanno chiamato e parlato con gli operatori del proprio *call center* commerciale.

Da tali elenchi verrà estratto il campione di clienti che dovranno essere richiamati per l'intervista telefonica (*call-back*). Nella metodologia di *call-back* risulta determinante il numero di giorni che intercorrono tra la telefonata del cliente al *call center* e la richiamata ai fini di verifica della qualità. Tale tempo (c.d. "freschezza" della richiamata) non dovrà essere di norma superiore a 5 giorni lavorativi complessivi, comprensivi di quelli a disposizione delle aziende per fornire gli elenchi (massimo 3 giorni lavorativi).

Il Fornitore dovrà indicare un impegno di prontezza delle richiamate, che si impegna a rispettare, inteso come percentuale di interviste effettuate di norma entro tre giorni lavorativi dalla ricezione per via elettronica dell'elenco.

Ogni indagine dovrà essere effettuata attraverso interviste telefoniche gestite con metodo CATI; a ogni intervistato sarà somministrato un questionario strutturato di durata massima di 10 minuti con domande chiuse e domande aperte.

²¹ Si veda per il dettaglio dei contenuti dell'indagine il questionario riportato nell'Appendice 1 al presente Capitolato tecnico.

²² Si veda a titolo di esempio la determina 3 ottobre 2025 4/2025-DICU recante "Approvazione delle Istruzioni Operative relative all'indagine di soddisfazione dei clienti finali di energia elettrica e gas che si rivolgono ai *call center* (articolo 31 del TIQV) – anno 2025" <https://www.arera.it/atti-e-provvedimenti/dettaglio/04-25dicu>. La descrizione dello svolgimento dell'indagine è fornita al solo scopo di fornire indicazioni di massima sulle modalità di esecuzione dell'indagine poiché l'Autorità si riserva di apportare cambiamenti alle modalità di esecuzione dell'indagine in base alle esigenze normative e regolatorie che potranno emergere nel corso del periodo di esecuzione del contratto.

Una frazione di circa il 10% di intervistati sarà sottoposta a una sezione aggiuntiva del questionario, dedicata alla rilevazione delle aspettative (in tali casi la durata dell'intervista può arrivare a massimo 15 minuti).

La versione definitiva del questionario deve essere tendenzialmente stabile per garantire la confrontabilità dei risultati con le indagini precedenti e quelle dei semestri successivi; possono essere concordate con il Fornitore variazioni che non alterino la struttura già approvata in consultazione con le aziende.

Per ogni azienda di vendita di energia elettrica e/o di gas partecipante all'indagine dovrà essere effettuato un numero di interviste tale da garantire un risultato statisticamente significativo per renderlo confrontabile con quello delle altre aziende partecipanti.

Il numero di interviste complessivo dovrà essere ripartito sui partecipanti in base al numero dei clienti serviti e in base alle chiamate telefoniche ricevute nel periodo precedente (la raccolta dati sulla qualità dei servizi telefonici viene effettuata annualmente), fermo restando il numero complessivo di 15.000 interviste.

Le aziende di vendita partecipanti all'indagine hanno la possibilità di aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto al numero minimo assicurato dall'Autorità, compartecipando a proprie spese al fine di ampliare il campione di indagine e ridurre i margini di errore della stima. Pertanto, il Fornitore dovrà prevedere, indicandola a parte, la quotazione di lotti di interviste aggiuntive, ciascuno di 300 interviste effettuate con la stessa metodologia. Le imprese che si vorranno avvalere di tale possibilità dovranno confermare direttamente alla società aggiudicataria il numero di lotti aggiuntivi e l'importo di tali lotti verrà fatturato direttamente alle aziende che lo richiederanno.

Per tali aziende la stima puntuale dell'indice ICS e il relativo intervallo di confidenza saranno calcolati su tutte le interviste effettuate (minimo di base più i lotti aggiuntivi richiesti). L'Autorità non si assume alcuna responsabilità in merito al numero di aziende che si potranno avvalere della possibilità di sottoscrivere lotti di interviste aggiuntive.²³

Contenuto dei servizi richiesti

Per ogni indagine, i servizi richiesti sono:

- attività relative alla fase iniziale di avvio dell'indagine. Tali attività riguardano il supporto metodologico e statistico all'Autorità nell'individuazione delle aziende da coinvolgere nell'indagine in base al numero di clienti serviti e telefonate dichiarate, in modo tale da suggerire la soglia relative alle chiamate medie ricevute nelle giornate di apertura del *call center* da inserire nelle istruzioni operative che dovranno essere approvate all'inizio dell'indagine;
- attività relative alla fase di apertura dell'area operativa dedicata all'indagine (piattaforma informatica), comprese le istruzioni per la partecipazione, raccolta dei moduli di partecipazione ed elaborazione delle informazioni necessarie per la pianificazione del calendario di indagine;
- gestione delle richieste ufficiali ai venditori per la richiesta degli elenchi dei clienti (attraverso l'apposita area operativa dedicata all'indagine);
- estrazione del campione di clienti da richiamare dalle liste fornite dai venditori ed esecuzione delle interviste di *call-back*;
- gestione delle eventuali problematiche in corso di indagine (per esempio ripianificazione in caso di scioperi, eventi eccezionali che richiedano un intervento), tenendo costantemente informata l'Autorità;
- attività al termine dell'indagine relative alla reportistica e consulenza.

Nei punti successivi sono dettagliati i servizi richiesti per ogni indagine (di norma effettuata ogni anno).

²³ Si rimarca che il rapporto contrattuale che verrà instaurato per volontà della singola azienda aderente è estraneo all'attività dell'Autorità, essendo facoltà dell'azienda esercitare o meno la possibilità di acquisire lotti aggiuntivi secondo le condizioni contrattuali stabilite dalle istruzioni operative all'indagine.

A) La fase di avvio dell'indagine prevede le seguenti attività:

- supporto metodologico e statistico all'Autorità nell'individuazione delle aziende da coinvolgere nell'indagine in base al numero di clienti serviti e telefonate dichiarate, per individuare la soglia di partecipazione;
- inserimento nella piattaforma informatica dedicata all'indagine delle istruzioni operative, raccolta dei moduli di partecipazione e dei lotti aggiuntivi richiesti;
- preparazione del calendario di effettuazione delle interviste; il calendario deve rispettare i seguenti vincoli:
 - il *call center* di ogni venditore sarà verificato in dieci giornate, o dodici nel caso di *call center* aperti anche il sabato (l'apertura domenicale è associata al sabato); la distribuzione delle interviste dovrà essere stratificata rispettando la distribuzione delle chiamate nei diversi giorni della settimana;
 - le interviste si svolgeranno tendenzialmente in un arco di tempo di 8-10 settimane o 12-15 settimane anche non consecutive (dipendendo dal periodo dell'anno in cui si effettua l'indagine, dato che nei periodi festivi non è opportuno effettuare interviste telefoniche), una volta terminata la fase iniziale di preparazione;
- fornitura, da parte dei venditori dotati di *call center* attivo da lunedì a venerdì, di liste di clienti riferiti a rotazione a due lunedì, due martedì, due mercoledì, due giovedì e due venerdì, in genere (ma non tassativamente) non consecutivi; mentre per le imprese dotate di *call center* attivi da lunedì a sabato, le liste di clienti dovranno essere riferite a rotazione a due lunedì, due martedì, due mercoledì, due giovedì, due venerdì e due sabati, in genere (ma non tassativamente) non consecutivi (l'eventuale apertura domenicale è associata al sabato);
- predisposizione da parte del Fornitore del calendario delle rilevazioni, tenuto conto delle comunicazioni delle aziende di vendita effettuate nella fase di avvio dell'indagine (in considerazione dei giorni di chiusura del servizio per esempio nel giorno del santo patrono, delle chiusure programmate per aggiornamento dei sistemi informatici e di altri avvenimenti di carattere eccezionale ma prevedibili che potranno essere dichiarati dalle aziende all'inizio dell'indagine); la versione definitiva dello stesso deve essere approvata dalla Direzione Consumatori e Utenti all'inizio dell'indagine; il calendario sarà tenuto assolutamente riservato per tutto il corso della rilevazione; il calendario dovrà inoltre tenere conto delle caratteristiche specifiche dell'erogazione dei servizi (es: stagionalità del settore gas, o scarsa rappresentatività del mese di agosto) concordando con l'Autorità l'opportunità di effettuare o meno rilevazioni in determinati periodi dell'anno (ponti e festività);
- in fase di preparazione e nel corso del periodo contrattuale, messa a punto di accorgimenti di semplificazione dei flussi che l'esperienza maturata suggerirà, anche in base ad eventuali esigenze che potrebbero sorgere in corso d'opera.

Il questionario somministrato nelle indagini effettuate sino ad ora è riportato nell'Appendice 1 al presente Capitolato e potrà subire solo leggere variazioni nelle sezioni A e B al fine di migliorarne la comprensibilità, per garantire la confrontabilità dei risultati con le indagini precedenti; la sezione C (aspettative) potrà essere modificata anche su suggerimento della società e includere anche domande relative ad altri canali di contatto o ad esigenze contingenti dell'Autorità.

B) La fase di gestione delle richieste ai venditori per la richiesta degli elenchi dei clienti comporta le attività di seguito descritte.

Alcuni giorni prima della giornata di rilevazione prevista dal calendario, sarà cura del Fornitore comunicare all'azienda, per via elettronica attraverso un'area appositamente predisposta²⁴ per l'indagine,

²⁴ Si veda a tale proposito la descrizione dell'area operativa nell'Allegato A alla Determina 3 ottobre 2025, 4/2025-DICU, recante "Approvazione delle Istruzioni Operative relative all'indagine di soddisfazione dei clienti finali di energia elettrica e gas che si rivolgono ai *call center* (articolo 31 del TIQV) – anno 2025" <https://www.arera.it/atti-e-provvedimenti/dettaglio/04-25dicu>.

la data/date della giornata/giornate alla quale dovrà riferirsi l'elenco dei clienti da richiamare a campione; tale breve preavviso sarà utilizzato dalle aziende di vendita per permettere la messa a punto della messaggistica informativa sul trattamento dei dati sugli alberi fonici dei *call center*²⁵.

La fase di gestione delle richieste alle aziende per la fornitura degli elenchi dei clienti deve rispettare i seguenti vincoli:

- a partire dalla conclusione della fase preparatoria di avvio, per l'intera durata dell'indagine, ognuna delle aziende partecipanti dovrà rendere disponibile, su richiesta del Fornitore, le liste dei clienti attraverso un accesso esclusivo con nome utente e password alla piattaforma web ("Area operativa") che viene messa a disposizione per le attività di indagine dall'Autorità attraverso un proprio fornitore di servizi internet;
- a questo scopo, almeno 3 giorni lavorativi prima della data per la quale sono richiesti i dati (in coerenza con il calendario delle rilevazioni), il Fornitore salverà nella sezione dell'Area operativa dell' esercente interessato una comunicazione ufficiale, sulla base di un modello concordato con l'Autorità, in formato pdf, contenente la richiesta dell'elenco clienti relativo al giorno o ai giorni previsti dal calendario delle rilevazioni; il sistema telematico provvederà in automatico a inviare un'e-mail di allerta all'indirizzo e-mail comunicato del referente/i ufficiale/i per l'indagine;
- le liste dei clienti saranno costituite da un file (excel) contenente i campi specificati dalle istruzioni operative definite, che saranno messe a punto nella fase di avvio; l'Autorità supervisionerà la trasmissione dei flussi e interverrà solo saltuariamente in caso di imprevisti o di eventi straordinari (scioperi o altri eventi di carattere eccezionale) che richiederanno eventuali modifiche del calendario delle rilevazioni.

C) Una volta ottenuti, da ciascun venditore e per ciascuna giornata di rilevazione, gli elenchi dei clienti che si sono rivolti ai *call center*, la fase successiva prevede l'*estrazione del campione di clienti da richiamare* e l'esecuzione delle interviste; in particolare, sono da prevedere le seguenti attività:

- estrazione del campione di clienti finali ai quali sarà somministrato il questionario dagli elenchi forniti dai venditori unitamente a un numero di nominativi di clienti di riserva ritenuto congruo; in tale fase dovrà essere rispettato il vincolo di rappresentatività del campione (rispetto all'intero set di interviste nell'arco del periodo di indagine) relativamente sia alla distribuzione delle chiamate nelle diverse giornate, sia alla distribuzione delle chiamate per fasce orarie; ulteriori specificazioni potranno essere dettagliate nelle istruzioni operative;
- esecuzione delle interviste: la somministrazione dei questionari dovrà avvenire nel rispetto dei seguenti vincoli:
 - trattandosi di metodologia *call-back*, la persona da intervistare è esattamente la persona che ha parlato con l'operatore telefonico del *call center*, pertanto il Fornitore dovrà tentare un numero minimo di contatti, pari almeno a 5²⁶; è ammesso un numero inferiore di tentativi per specifiche

²⁵ Secondo la normativa per la protezione dei dati personali le aziende partecipanti all'indagine di *call back* non sono tenute a ottenere il consenso del cliente ad essere richiamato, ma sono comunque tenute ad avvisare i clienti della possibilità di essere richiamati, tramite un messaggio preregistrato da somministrare durante l'attesa telefonica nell'"albero fonico" o IVR (*Interactive Voice Responder*) e a rimandare per ulteriori informazioni all'informativa completa pubblicata sul sito.

²⁶ Si segnala che durante le indagini finora svolte è stata rilevata una buona *redemption* dei clienti a partecipare alla ricerca. Su questo aspetto nell'Appendice 1 al presente Capitolato al presente documento sono forniti dei dati statistici relativi alle più recenti indagini svolte. Nelle liste di clienti forniti dalle aziende la presenza di numeri errati o non corrispondenti al titolare dell'utenza, dovuto a database non aggiornati, si è molto ridotto nel corso del tempo. Prima di considerare un soggetto irreperibile, oltre al rifiuto esplicito, vengono attualmente adottate le seguenti procedure di richiamata:

- almeno 6 tentativi di chiamata su numero occupato, a distanza almeno di mezz'ora l'uno dall'altro;
- almeno 6 tentativi di chiamata su numero libero, a distanza di due ore l'uno dall'altro e comunque per almeno due giorni consecutivi;

tipologie di rifiuto, tenendo conto che le liste aziendali sono depurate dai clienti che non hanno dato il consenso e la disponibilità a essere intervistati; le interviste saranno da effettuarsi anche previo appuntamento (soprattutto per la clientela non domestica);

- il tempo intercorrente tra la disponibilità degli elenchi forniti dalle aziende di vendita e l'effettuazione dell'intervista di verifica (c.d. "prontezza" della richiamata) non dovrà essere superiore a 3 giorni lavorativi complessivi per almeno il 90% [o altra percentuale migliorativa come eventualmente offerta dal concorrente in sede di gara] dei casi; il Fornitore dovrà comunque monitorare anche il tempo totale intercorrente tra la chiamata del cliente al call center e l'effettuazione dell'intervista di verifica ("freschezza" della richiamata), tenendo presente che alle aziende sarà richiesto di fornire gli elenchi di norma entro 2 giorni lavorativi dalla richiesta. A fine indagine è richiesto al Fornitore di fornire un resoconto dei tempi di effettuazione delle interviste;
- per l'effettuazione delle interviste di *call back*, il Fornitore dovrà impiegare intervistatori di cui al paragrafo 4.4 e tutte le interviste dovranno avvenire sotto la supervisione di coordinatori indicati nel medesimo paragrafo 4.4.

L'indagine dovrà essere realizzata nel rispetto del GDPR, del d.lgs. n. 196/2003 (di seguito: Codice Privacy), secondo le vigenti disposizioni in tema di riservatezza e di protezione dei dati personali. Ai sensi dell'art. 6, par. 1, lett. e) del GDPR e dell'art. 2-ter del Codice Privacy la base giuridica per il trattamento dei dati personali comunicati dai venditori ad ARERA è l'esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all'esercizio di pubblici poteri. Per quanto riguarda le attività intrinseche del Fornitore, questi è tenuto a rispettare le "Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica pubblicate ai sensi dell'art. 20, comma 4, del d.lgs. 10 agosto 2018, n. 101" adottate dal Garante con provvedimento del 19 dicembre 2018, n. 515, e approvate con decreto del Ministro della Giustizia del 15 marzo 2019, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 71 del 25 marzo 2019.

Per quanto attiene al controllo dei dati e all'elaborazione dei risultati: dovranno essere eseguiti controlli di qualità delle interviste secondo il codice deontologico e i livelli di qualità richiesti dall'Autorità; in particolare, un questionario sarà considerato valido se l'intervista è effettuata completamente, senza che sia stata interrotta per volontà del cliente o per altro evento anche accidentale; l'Autorità si riserva di effettuare, anche tramite società terze, controlli a campione sugli intervistati e applicherà penali proporzionali al numero di eventuali interviste dichiarate ma non effettuate, fino alla rescissione del contratto in caso di riscontri negativi per più dell'1% del campione.

D) L'indagine si conclude con una reportistica generale (per l'Autorità) e con rapporti individuali aziendali (uno per ogni azienda partecipante), oltre che con la fornitura dei dati necessari per l'elaborazione degli indici necessari per la graduatoria. Devono essere previsti i seguenti output, che resteranno di proprietà dell'Autorità:

- un rapporto completo e dettagliato per l'Autorità, comprensivo di una tabella riepilogativa delle stime puntuali degli indici ICS (in formato excel o cvs) per ciascuna azienda con le relative stime per mezzo di intervalli di confidenza e il numero delle interviste effettuate (inclusi gli eventuali lotti aggiuntivi);
- un rapporto sintetico per ciascuna azienda partecipante all'indagine, che comprenda il confronto con le altre aziende in forma anonima e con i valori medi di settore (il modello verrà concordato con l'Autorità anche sulla base dei report fino ad ora forniti alle aziende partecipanti all'indagine);
- un rapporto sul processo di indagine, con particolare riferimento agli indicatori di "freschezza" e di "prontezza" delle richiamate;

-
- minimo 3 tentativi ogni mezz'ora l'uno dall'altro su segnale di risposta fax;
 - minimo 3 tentativi a distanza almeno di due ore l'uno dall'altro, su segreteria telefonica;
 - almeno 5 richiami su appuntamento;
 - infine, se l'appuntamento supera i cinque giorni si propone di fare ancora un tentativo oltre tale limite.

- i dati “grezzi” relativi alle interviste effettuate, rese anonime, elaborabili su adeguato supporto informatico per eventuali ulteriori analisi secondarie.

Oltre agli output precedentemente descritti, verrà richiesto di redigere, per ciascuna edizione, un testo descrittivo dell’indagine realizzata contenente le principali evidenze (secondo un *fac-simile* che verrà indicato dall’Autorità) che sarà utilizzato per documenti istituzionali.

Il rapporto di ricerca sarà redatto in lingua italiana; potrà essere richiesta, se necessario, una versione della presentazione in forma sintetica in lingua inglese (da utilizzare in contesti internazionali. Tale presentazione dovrà sintetizzare e riportare gli elementi principali degli obiettivi e delle modalità della ricerca, con i principali risultati rilevati.

I suddetti report dovranno essere prodotti tenendo conto dei tempi necessari per la fase delle interviste– entro 4-5 settimane dalla conclusione delle interviste e comunque nei tempi indicati dall’Autorità secondo le proprie esigenze.

Per quanto riguarda gli **incontri per la presentazione dei rapporti al termine di ciascuna indagine** presso la sede dell’Autorità si rimanda al paragrafo 4.8.

Oltre alla più alta qualità del lavoro di ricerca, durante tutta l’indagine si richiede la massima collaborazione e disponibilità con le strutture dell’Autorità per l’individuazione delle soluzioni operative più adeguate alle esigenze che si potranno manifestare nella realizzazione della stessa.

3.1.2 Indagine sulla soddisfazione delle risposte ai reclami (e/o richieste di informazioni) ricevute dai clienti

Obiettivi dell’indagine

Lo scopo di questa indagine è valutare la soddisfazione dei clienti che hanno effettivamente inviato un reclamo scritto (e/o richiesta di informazione) al proprio fornitore rispetto alla risposta ricevuta, attraverso la raccolta di elementi utili su fattori specifici di qualità della risposta in modo sistematico, imparziale e mirato alla rilevazione di specifiche criticità percepite dai clienti (come già descritto più in dettaglio nel precedente paragrafo **Errore. L’origine riferimento non è stata trovata.**).

L’indagine è necessaria anche per identificare le *best practices* o le aree di debolezza nel trattamento dei reclami così come percepite direttamente dai clienti e identificare le aree prioritarie di intervento in modo da disporre di dati per eventuali azioni a supporto e tutela attraverso il miglioramento dei processi di gestione.

Metodologia di rilevazione e campione di indagine

L’indagine si svolge tramite interviste telefoniche mediante metodologia CATI ai clienti finali (e marginalmente mediante metodologia CAWI ai loro delegati professionali (associazioni dei consumatori, avvocati, commercialisti, consulenti, etc.)²⁷. L’universo di riferimento è costituito dai clienti (elettrici e/o gas) che hanno ricevuto la risposta scritta a un reclamo (o a una richiesta di informazione) nel periodo di indagine. Per una più ampia illustrazione della metodologia di indagine si rinvia all’Appendice 1.

Tecnica di rilevazione

L’indagine consiste nel sottoporre a intervista telefonica CATI (o via web CAWI con questionario auto compilato se tale modalità è preferita dal cliente o dal delegato) un campione significativo di clienti (o loro delegati) tramite somministrazione di un questionario approvato dall’Autorità. Il campione significativo di clienti delle aziende di vendita di energia elettrica e gas sarà necessariamente individuato tra coloro che hanno avuto esperienza diretta nell’inoltare un reclamo scritto al proprio venditore, anche attraverso un delegato, o che hanno inviato una richiesta di informazione e che hanno ricevuto una risposta scritta.

²⁷ In Appendice 2, a titolo di esempio viene riportato il questionario CATI utilizzato nell’indagine.

Contenuto dei servizi richiesti

Posto che il numero di interviste da assegnare a ciascuna azienda partecipante è strettamente correlato al numero effettivo dei reclami presentati dei clienti per le risposte ai reclami scritti (e alle relative risposte), dovranno essere previste almeno 6.000 interviste complete [*o altro numero complessivo di interviste, risultato dell'offerta in aumento dal concorrente in sede di gara*].

I servizi richiesti al Fornitore sono:

- Nella fase di avvio dell'indagine:
 - supporto metodologico e statistico all'Autorità nell'individuazione delle aziende da coinvolgere nell'indagine in base al numero di clienti serviti e del numero di reclami scritti dichiarati, per individuare la soglia di partecipazione;
 - inserimento nella piattaforma informatica dedicata all'indagine delle istruzioni operative, raccolta dei moduli di partecipazione (ed eventuali solleciti);
 - preparazione del calendario di effettuazione delle interviste; il calendario deve rispettare i vincoli di seguito descritti; le attività relative alla fase iniziale di avvio dell'indagine comprensiva della predisposizione del calendario di indagine che rimarrà segreto per le aziende di vendita sottoposte a indagine sono a carico del Fornitore.
- Nella fase di effettuazione dell'indagine (durante il *fieldwork*):
 - gestione delle richieste ufficiali ai venditori per la fornitura gli elenchi dei clienti che nel periodo oggetto di indagine hanno ricevuto una risposta scritta a un reclamo (attraverso l'apposita area operativa dedicata all'indagine sulle risposte scritte ai reclami);
 - estrazione dalle liste fornite dai venditori del campione di clienti da richiamare;
 - esecuzione delle interviste di *call back* in modalità CATI o CAWI su preferenza dell'intervistato;
- Al termine dell'indagine:
 - preparazione della reportistica generale e di rapporti individuali aziendali per ogni azienda partecipante, oltre che la fornitura dei dati necessari per l'elaborazione degli indici necessari per la graduatoria e consulenza.

Per quanto riguarda l'intervista, essa avverrà entro pochi giorni dal ricevimento della risposta al reclamo da parte del cliente, in modo tale che il ricordo dell'esperienza permetta di rispondere al questionario.

La società di ricerca, entro 5 giorni (se su appuntamento richiesto dal cliente entro 10 giorni) realizzerà le interviste telefoniche previste dal piano di campionamento; le interviste saranno utilizzate per somministrare il questionario per indagare la percezione dei clienti del modo in cui il loro reclamo è stato trattato, la soddisfazione complessiva; sarà richiesto di formulare un giudizio in relazione agli specifici fattori della qualità individuati come caratterizzanti il trattamento delle risposte ai reclami. La durata massima prevedibile delle interviste sarà 10-15 minuti; per ampliare la disponibilità ad accettare l'intervista, le interviste saranno da effettuarsi anche previo appuntamento su richiesta dell'intervistato.

Per gli aspetti di stratificazione del campione si rimanda al paragrafo 4.3, tenuto conto che l'universo è rappresentato dai soli clienti che hanno effettivamente inoltrato un reclamo o una richiesta di informazione al proprio venditore e che hanno effettivamente ricevuto una risposta.

L'indagine dovrà essere realizzata nel rispetto del GDPR, del Codice Privacy, secondo le vigenti disposizioni in tema di riservatezza e di protezione dei dati personali. Ai sensi dell'art. 6, par. 1, lett. e) del GDPR e dell'art. 2-ter del Codice Privacy la base giuridica per il trattamento dei dati personali comunicati dai venditori ad ARERA è l'esecuzione di un compito di interesse pubblico o connesso all'esercizio di pubblici poteri. Per quanto riguarda le attività intrinseche del Fornitore questi è tenuto a rispettare le "Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica pubblicate ai sensi dell'art. 20, comma 4, del d.lgs. 10 agosto 2018, n. 101" adottate dal Garante con provvedimento del 19 dicembre 2018, n. 515, e approvate con decreto del Ministro della Giustizia del 15 marzo 2019, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 71 del 25 marzo 2019.

L'indagine si conclude con una reportistica generale con i risultati complessivi per l'Autorità e con rapporti individuali aziendali (uno per ogni azienda partecipante), oltre che con la fornitura dei dati e gli elementi necessari per l'elaborazione degli indici.

Devono essere previsti i seguenti output, che resteranno di proprietà dell'Autorità:

- un rapporto completo e dettagliato per l'Autorità, comprensivo di una tabella riepilogativa delle stime puntuali degli indici ICS (in formato excel) per ciascuna azienda con le relative stime per mezzo di intervalli di confidenza e il numero delle interviste effettuate (inclusi gli eventuali lotti aggiuntivi);
- un rapporto sintetico per ciascuna azienda partecipante all'indagine (il modello verrà concordato con l'Autorità anche sulla base dei report fino ad ora forniti alle aziende partecipanti all'indagine);
- un rapporto sul processo di indagine, con particolare riferimento agli indicatori delle richiamate;
- i dati 'grezzi' relativi alle interviste effettuate, rese anonime, elaborabili su adeguato supporto informatico per ulteriori analisi secondarie.

Oltre agli output precedentemente descritti, verrà richiesto di redigere, per ciascuna edizione, un testo descrittivo dell'indagine realizzata contenente le principali evidenze (secondo un *fac-simile* che verrà indicato dall'Autorità) che sarà utilizzato per documenti istituzionali.

Il rapporto di ricerca sarà redatto in lingua italiana; potrà essere richiesta, se necessario, una versione della presentazione in forma sintetica in lingua inglese (da utilizzare in contesti internazionali). La presentazione in italiano da consegnare per ogni edizione dovrà sintetizzare e riportare gli elementi principali degli obiettivi e delle modalità della ricerca, con i principali risultati rilevati, comprendendo di volta in volta anche eventuali analisi secondarie significative).

Per quanto riguarda gli incontri per la presentazione dei Rapporti al termine di ciascuna indagine presso la sede dell'Autorità si rimanda al paragrafo 4.8.

3.1.3 Indagine sui comportamenti e le esigenze dei clienti sui mercati energetici liberalizzati

Obiettivi dell'indagine

Nell'ambito dei propri compiti di regolazione, monitoraggio e controllo dello svolgimento dei servizi, l'Autorità ha la necessità di effettuare un'indagine demoscopica a livello nazionale presso i clienti domestici e non domestici, elettrici e gas, sui comportamenti e le scelte dei clienti nel mercato liberalizzato.

L'interesse dell'Autorità è di intervistare un campione di clienti rappresentativo del mercato (nel mercato libero e per i servizi tutelati sino a quando i servizi di tutela non termineranno) in due *wave* con un intervallo massimo tra le due *wave* di 8 -12 mesi.

Il *panel* permetterà di rilevare in maniera efficace e statisticamente rigorosa i cambiamenti nella percezione e nell'esperienza del mercato dei clienti (elementi di scelta e comportamenti). L'indagine ha l'obiettivo di fornire dati ed elementi per la regolazione e la comunicazione, in relazione alle esigenze descritte al paragrafo 2.2.3 sia per i clienti domestici, sia quelli non domestici di piccole dimensioni.

L'universo di riferimento è costituito dai clienti domestici elettrici (bassa tensione) e gas (bassa pressione) e da clienti non domestici elettrici (bassa tensione) e non domestici gas (bassa pressione). I clienti domestici e non domestici dei due settori dovranno essere considerati universi separati.

Metodologia di rilevazione e campione di indagine

L'indagine prevede una rilevazione da effettuarsi tramite due *wave* adottando la tecnica mista (*mixed mode*) CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*) e CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*).

Poiché per questa indagine l'Autorità non fornisce l'elenco dei clienti da cui attingere per effettuare le interviste, la tecnica mista permette di raggiungere tutti i segmenti della popolazione (i soggetti che non hanno telefono fisso non possono essere raggiunti con la tecnica CATI e coloro che non dispongono di una connessione web non possono essere raggiunti con la tecnica CAWI).

Le tecniche potranno essere utilizzate in modo complementare, in relazione alle proposte progettuali che dovranno mirare a massimizzare i tassi di risposta e di *redemption* per la seconda *wave*.

Si richiede al Fornitore di proporre un progetto che preveda per i clienti domestici un *panel* di indagine composto da almeno 2.200 individui con un contratto elettrico, di cui almeno 1.500 anche con la fornitura gas ai quali verrà somministrato un questionario che prevede una parte di domande inerenti sia alla fornitura elettrica che alla fornitura gas.

Sarà compito del Fornitore assicurare il raggiungimento di almeno 2.200 contattati (articolati in termini di interviste come indicato al precedente alinea) sul *panel* sia per la prima sia per la seconda *wave*, in modo tale da intervistare nuovamente tutti i soggetti che appartengono al campione originale (interviste di aggiornamento) e minimizzare le sostituzioni in caso di mancati contatti nella seconda *wave*.

Nel corso della prima tornata tutte le interviste verranno effettuate con tecnica CATI e, su richiesta dell'intervistato, con la tecnica CAWI, per una percentuale massima del 30% di interviste CAWI.

Le interviste di aggiornamento effettuate nella seconda *wave* (il cui questionario potrà essere adeguato per riproporre alcune domande in maniera semplificata o in modalità confermativa rispetto all'intervista precedente) verranno effettuate con tecnica CATI o CAWI, dando in prima battuta priorità alla modalità già utilizzata nella prima *wave* e, in via complementare, alla tecnica alternativa.

Per i clienti non domestici non è previsto un campione *panel*, ma interviste CATI.

Per queste indagini non verranno fornite liste di clienti, pertanto il reperimento sarà a cura del Fornitore.

Il numero delle interviste complessive per questa indagine sarà previsto in:

Clienti domestici	Prima wave	Seconda wave
	2.200 elettrici di cui almeno 1.500 anche con un contratto gas	2.200 elettrici (saranno intervistati nuovamente tutti i soggetti che appartengono al campione originale, con una intervista di aggiornamento minimizzando le sostituzioni in caso di mancati contatti nella seconda <i>wave</i>). di cui almeno 1.500 anche con un contratto gas

Clienti non domestici	Prima indagine	Seconda indagine
Elettrici	1.500 elettrici	1.500 elettrici
Gas	800 gas	800 gas

La rilevazione in ciascuna *wave* avrà una durata massima di 6/8 settimane e andrà condotta parallelamente per i clienti domestici e non domestici.

Il questionario da utilizzare sarà di base il questionario somministrato nelle indagini effettuate sino ad ora e potrà subire solo leggere variazioni al fine di migliorarne la comprensibilità, per garantire la confrontabilità dei risultati con le indagini precedenti; eventuali domande sulle aspettative o elementi non necessari potranno essere modificati anche su suggerimento del Fornitore anche in base alle esigenze contingenti dell'Autorità.

Per i requisiti generali dell'indagine si rinvia al paragrafo 4.

3.1.4 Indagini quantitative sul servizio idrico

L'Autorità, come indicato nel paragrafo 2.2.4, richiederà l'effettuazione di indagini sul servizio nell'ambito del monitoraggio della soddisfazione, della tutela e dell'informazione dei consumatori.

Nel corso del periodo biennale di fornitura, l'Autorità effettuerà indagini presso gli utenti finali del servizio idrico regolati a livello nazionale, per verificare la soddisfazione del servizio, nell'applicazione degli standard di qualità dei servizi idrici e per acquisire le aspettative e il punto di vista dei medesimi utenti.

Le indagini sulla qualità dei servizi idrici²⁸ potranno essere articolate come di seguito descritto.

Obiettivi dell'indagine

L'indagine è finalizzata a raccogliere informazioni utili per comprendere in modo approfondito l'esperienza degli utenti rispetto al servizio erogato. In particolare, essa si propone di misurare il livello di soddisfazione complessiva, acquisendo al tempo stesso una valutazione sulla qualità tecnica e contrattuale del servizio. L'obiettivo è anche quello di raccogliere le aspettative degli utenti in merito agli aspetti tecnici e contrattuali, così da individuare aree di miglioramento e di innovazione.

Un ulteriore ambito di analisi riguarda la verifica della conoscenza e della consapevolezza delle condizioni contrattuali e degli standard di qualità previsti, come la carta dei servizi, gli standard generali e specifici e gli indennizzi automatici. L'indagine intende inoltre mettere in evidenza eventuali elementi di criticità che incidono sulla fruizione del servizio, così da poter intervenire in maniera mirata.

Metodologia di rilevazione e campione di indagine

L'indagine prevede una rilevazione da effettuarsi adottando la tecnica CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*).

L'universo è rappresentato dagli utenti domestici; indicativamente il campionamento sarà effettuato per rappresentare le aree geografica, e/o i gestori idrici coinvolti nelle indagini.

Per tali indagini si ipotizza di disporre complessivamente di 5.000 interviste telefoniche (numero minimo) per ciascuna edizione dell'indagine (una all'anno) per complessive 10.000 interviste telefoniche [*o altro numero complessivo di interviste, risultato dal ribasso del prezzo unitario dell'intervista effettuato dal concorrente in sede di gara*].

Il questionario telefonico da somministrare sarà di base il questionario utilizzato nell'indagine pilota, ma potrà subire variazioni, anche suggerite dal Fornitore in base all'esperienza maturata in indagine del settore, garantendo la confrontabilità dei risultati con l'indagine precedente; eventuali domande potranno essere modificati integrando il questionario anche in base alle esigenze contingenti dell'Autorità.

Per queste indagini non verranno fornite liste di clienti, pertanto il reperimento sarà a cura del Fornitore.

3.1.5 Altre ricerche e indagini ad hoc (quantitative e/o qualitative) su temi di interesse dell'Autorità

Nel corso del periodo della fornitura, l'Autorità potrebbe effettuare ulteriori indagini demoscopiche qualitative o quantitative ad hoc a livello nazionale, in tutti i settori regolati: energia elettrica, gas, servizio idrico integrato, teleriscaldamento e teleraffrescamento, rifiuti urbani) che, al momento non sono definite negli elementi di dettaglio e che, a seconda delle specifiche esigenze potrebbero richiedere una consulenza fornita dal Fornitore.

²⁸ al momento dell'effettuazione dell'indagine potranno essere disponibili gli esiti di una indagine pilota effettuata nel periodo di svolgimento della gara.

I servizi richiesti per queste indagini attualmente non definite nel dettaglio hanno caratteristiche al momento non pienamente delineabili; pertanto, i loro obiettivi verranno definiti più puntualmente nel corso del periodo di fornitura, in base all'evoluzione delle attività di regolazione e monitoraggio e in relazione alle esigenze che emergeranno. Al momento si può solo prevedere che, nel periodo di svolgimento del contratto, possa essere necessario attivare in breve tempo delle indagini per il servizio rifiuti, ed è pertanto importante la possibilità di progettare e avviare indagini tramite interviste telefoniche per questi servizi.

I risultati delle indagini, qualora richieste, dovranno fornire elementi utili per le attività inerenti al complesso dei compiti istituzionali descritti al paragrafo 2.1 e/o per progettare iniziative di comunicazione finalizzate alla tutela e all'informazione dei consumatori.

Per queste indagini non verranno fornite liste di clienti, pertanto il reperimento sarà a cura del fornitore. Si richiede al fornitore di formulare un'offerta che preveda almeno:

- n. 20.000 interviste telefoniche CATI per indagini *ad hoc* [o altro numero complessivo di interviste, risultato dal ribasso del prezzo unitario dell'intervista effettuato dal concorrente in sede di gara];
- 12 focus group (da tenersi in grandi città del nord, centro e sud) sia a clienti domestici che non domestici;
- 20 interviste in profondità;
- 2 Indagini CAWI da 2.000 interviste/questionari autocompilati cadauna (per complessive 4.000 interviste/questionari);

Tali servizi sono da intendersi aggiuntivi e facoltativi²⁹ rispetto ai servizi descritti nei precedenti paragrafi 2.2.3 e 2.2.4.

4. REQUISITI GENERALI

Di seguito vengono descritti i requisiti applicabili a tutti i servizi di ricerca descritti nel presente capitolato tecnico.

Le modalità di programmazione delle attività e di consuntivazione dei servizi realizzati, nonché gli aspetti di assicurazione della qualità della fornitura, sono indicati nel successivo capitolo 5.

La descrizione di massima dei servizi richiesti del capitolo 3 rappresenta un minimo inderogabile delle prestazioni contrattuali e non costituisce in alcun modo un limite delle stesse prestazioni, essendo il Fornitore tenuto a eseguire ogni intervento necessario in corso d'opera, anche se non previsto, indicato e descritto esplicitamente, comunque necessario per assicurare il migliore risultato del servizio.

Il Fornitore dovrà garantire la raccolta dei dati di tutte le ricerche assicurando elevati standard qualitativi, nel rispetto dei requisiti e dei tempi specificati nel presente Capitolato, ponendo in essere tecniche e accorgimenti idonei a minimizzare i tassi di non risposta soprattutto in relazione alle ricerche relative alla soddisfazione per le risposte scritte ai reclami e alle indagini sui mercati liberalizzati.

Nel corso del servizio il Fornitore è tenuto, senza oneri aggiuntivi, a porre in essere eventuali azioni ulteriori atte a minimizzare gli errori di misurazione, a garantire la gestione efficiente dei dati e il rispetto dei tempi di consegna.

4.1 Barriere al conflitto di interesse

Al fine di evitare conflitti di interesse con le aziende dei settori regolati dall'Autorità, che abbiano commissionato ricerche similari al Fornitore, in passato o nel corso del periodo di fornitura, si richiede quanto segue da dichiararsi nei termini di cui al Disciplinare di gara.

²⁹ Facoltativi perché dipendono dalla pianificazione e dalla realizzazione effettiva delle indagini nel corso del periodo di vigenza del contratto.

Per quanto riguarda i servizi di verifica della *customer satisfaction* (*call center* delle aziende di vendita dell'energia elettrica o del gas), si richiede che il Fornitore non abbia rapporti di collegamento o di controllo societario con le aziende di vendita di energia elettrica e gas e con le aziende che erogano i servizi *inbound* o *outbound* per i *call center* da controllare, alla data di aggiudicazione e per tutta la durata del periodo di fornitura.

Per quanto riguarda i servizi di verifica della *customer satisfaction* sulle risposte scritte ai reclami, si richiede che il team di ricerca che lavorerà per l'Autorità sia separato dai team di ricerca che eventualmente lavorino per le imprese regolate dei settori dell'energia elettrica e del gas, per tutta la durata del periodo di fornitura; in particolare dovrà essere nominato un responsabile del servizio di campionamento che non potrà intrattenere, per tutta la durata del periodo di fornitura, rapporti contrattuali con le imprese regolate dei settori dell'energia elettrica e del gas.

Il requisito di separazione sopra descritto non si applica ai team di ricerca qualitativa o quantitativa delle altre ricerche.

4.2 Riservatezza e trattamento dei dati personali

Ogni indagine dovrà essere realizzata nel rispetto della normativa europea e nazionale in materia di trattamento dei dati personali, in particolare il GDPR e il Codice Privacy, nonché dei provvedimenti del Garante, ivi incluse le "Regole deontologiche per trattamenti a fini statistici o di ricerca scientifica pubblicate ai sensi dell'art. 20, comma 4, del d.lgs. 10 agosto 2018, n. 101" adottate dal Garante con provvedimento del 19 dicembre 2018, n. 515, e approvate con decreto del Ministro della Giustizia del 15 marzo 2019, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 71 del 25 marzo 2019.

Per le ricerche in cui l'Autorità prevede che le aziende di vendita forniscano i nominativi dei clienti da intervistare (ove applicabile, ovvero per le indagini sulla qualità dei *call center* e sulla qualità delle risposte scritte ai reclami) il Fornitore dovrà operare in qualità di responsabile del trattamento dei dati da parte dell'Autorità, che provvederà a nominarlo ai sensi dell'art. 28 GDPR. Il Fornitore dichiara di conoscere il contenuto della deliberazione 362/2024/A dell'Autorità recante "Approvazione del regolamento dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente relativo agli adempimenti in materia di trattamento dei dati personali, ai sensi dell'articolo 29 del Regolamento (UE) n. 2016/679 e dell'articolo 2-quaterdecies del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196" e tutti gli allegati alla stessa.

Il trattamento dei dati è svolto dall'Autorità ai sensi dell'art. 6, par. 1, lett. e) del GDPR e dell'art. 2-ter del Codice Privacy al fine di acquisire la valutazione dei clienti per sull'efficacia dei servizi ai sensi dell'art. 2, comma 12, lettere i), l), e n) e comma 23) della legge n. 481/95. I dati dei clienti finali, o dei loro delegati a venditori di energia elettrica e/o di gas sono comunicati ad ARERA esclusivamente per la predetta finalità. Il trattamento dei dati è necessario ai fini della realizzazione delle indagini.

Il Fornitore dovrà impegnarsi a garantire che l'intero trattamento sarà improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e a non utilizzare i dati acquisiti per ulteriori finalità e a cancellarli una volta concluso il contratto con l'Autorità.

I dati personali saranno comunicati direttamente dalle società di vendita coinvolte nell'indagine direttamente al Fornitore tramite la piattaforma informatica predisposta dal Fornitore di servizi informatici dell'Autorità a sua volta nominata responsabile del trattamento per i servizi di sviluppo, manutenzione e gestione operativa delle piattaforme tecnologiche impiegate. I dati personali saranno trattati per contattare i clienti da intervistare telefonicamente o via mail, previa verifica di non iscrizione degli interessati e/o delle relative utenze/indirizzo nel Registro Pubblico delle Opposizioni di cui al d.P.R. n. 26/2022 per le ricerche con metodologia CATI, e, in caso di libera scelta a partecipare all'indagine, saranno raccolti i dati demoscopici. Tutti i dati demoscopici saranno successivamente trattati in forma anonima, in modo che gli stessi non siano associabili alla chiamata al *call center*, al reclamo o alla richiesta di informazioni. I risultati delle indagini saranno resi pubblici in forma anonima all'interno della Relazione annuale o di altri Rapporti di ARERA.

Per le ricerche in cui non è prevista la fornitura di elenchi di clienti il Fornitore opererà in qualità di titolare e sarà tenuto a utilizzare i dati trattati solo ed esclusivamente per le finalità istituzionali previste dall'Autorità secondo le istruzioni impartite dalla stessa.

Il Fornitore deve implementare proprie procedure per tutelare la riservatezza dei rispondenti e per fornire loro informazioni e rassicurazioni per la partecipazione alla ricerca. I dati identificativi dei rispondenti sui questionari devono essere usati al solo scopo di ricerca e per i controlli di qualità stabiliti; devono essere conservati solo per il tempo necessario a tali fini, nel rispetto della normativa vigente sulla *privacy* e del Registro Pubblico delle Opposizioni.

Tutta la documentazione e i dati delle ricerche devono essere conservati in modo sicuro per prevenire accessi non autorizzati, danni o perdite accidentali, uso e modifiche delle informazioni, assicurando che siano trattati e conservati in accordo con la normativa in materia di riservatezza e di cybersicurezza, e le procedure di qualità adottate dal Fornitore.

Il trattamento dei dati dovrà essere adeguato ai rischi identificati e dovrà essere applicato a tutte le fasi della ricerca: raccolta, ricezione, conservazione, trasferimento e cancellazione delle informazioni.

Il Fornitore deve adottare ed essere in grado di dimostrare di applicare misure di sicurezza tecniche e organizzative idonee a garantire che siano sempre in atto protezioni e controlli adeguati alle informazioni che devono essere elaborate in modalità sicure. Il Fornitore deve aver nominato il Responsabile della Protezione dei Dati personali di cui agli artt. 37 e seguenti del GDPR e mettere a disposizione del RPD dell'Autorità i relativi dati personali.

Il Fornitore deve garantire di applicare almeno controlli amministrativi (incluse le procedure di *backup*, di *change management*, di assegnazione di credenziali di accesso e di dispositivi di lavoro), controlli tecnici (inclusi i *firewall*, i sistemi antivirus e *antimalware*, la crittografia, i log di sistema) e controlli fisici (inclusi i sistemi di accesso fisico, impiegati di reception/sorveglianti, impianti di sorveglianza a circuito chiuso). Il Fornitore deve fornire al personale in modo appropriato e tempestivo la formazione sulla gestione delle informazioni e la loro sicurezza.

In particolare: tutte le interviste devono includere l'informativa sul trattamento e chiarire agli intervistati gli scopi per cui i dati vengono trattati, informativa che, per ciascuna ricerca, viene pubblicata per esteso sul sito internet dell'Autorità³⁰.

A tutti coloro ai quali viene proposta un'intervista deve essere somministrata al contatto l'informativa predisposta dall'Autorità e ricordato che la loro collaborazione è volontaria; l'informativa deve essere offerta sotto forma di documento scritto a coloro ai quali viene proposta l'intervista in profondità (nei focus group) o verbalmente in caso di interviste telefoniche.

Il Fornitore è tenuto a mantenere la più assoluta riservatezza per quanto concerne fatti, informazioni e documenti riguardanti l'appalto in questione e ad astenersi dal pubblicare articoli e divulgare informazioni su quanto fosse venuto a conoscenza per causa del servizio in questione, salvo esplicito benestare scritto dell'Autorità.

In particolare, per le indagini per il controllo periodico della *customer satisfaction*, l'Autorità richiede tassativamente che sia mantenuta l'assoluta riservatezza sugli esiti delle indagini e sui punteggi ottenuti dalle aziende, nonché relativamente a tutte le informazioni che saranno acquisite nel corso della ricerca.

L'Autorità si riserva di fissare contrattualmente le clausole necessarie a garantire l'assoluta riservatezza dei dati in particolare per le liste di clienti delle imprese di vendita di energia elettrica e di gas utilizzate per le indagini di *customer satisfaction*, come descritto nel paragrafo 3.1.1 – 3.1.2, che dovranno essere tassativamente cancellate al termine dell'indagine in ottemperanza alla normativa sul trattamento dei dati.

Il Fornitore dovrà fornire dichiarazione scritta di tale cancellazione e assumersi ogni responsabilità in caso di mendace dichiarazione.

³⁰ Si vedano a titolo di esempio le informative sull'Indagine di soddisfazione sulla qualità delle risposte scritte ai reclami 2025 e Indagine di soddisfazione sulla qualità dei *call center* 2025 pubblicate sul sito dell'Autorità <https://www.arera.it/privacy-policy>

4.3 Rappresentatività dei campioni per indagini quantitative

In tutte le fasi quantitative delle diverse indagini, il piano di campionamento dovrà garantire risultati significativi secondo le seguenti indicazioni di massima che saranno confermati per ciascuna indagine:

- la stratificazione del campione di clienti/utenti domestici dovrà essere assicurata per:
 - *aree geografiche, secondo almeno la seguente classificazione:*
 - ✓ nord ovest;
 - ✓ nord est;
 - ✓ centro;
 - ✓ sud e isole;
 - *ampiezza del centro di residenza³¹, secondo la seguente classificazione:*
 - ✓ comuni con popolazione superiore a 50.000 abitanti;
 - ✓ comuni con popolazione compresa tra 5.000 e 50.000 abitanti;
 - ✓ comuni con popolazione inferiore a 5.000 abitanti;

inoltre, la società di ricerca dovrà proporre accorgimenti di campionamento per assicurare la rappresentazione demografica della popolazione (per età e occupazione);

- la stratificazione del campione di clienti non domestici dovrà essere assicurata per:
 - *dimensioni delle unità produttive locali*; considerando la distribuzione naturale delle dimensioni delle unità produttive locali, la stratificazione del campione dovrà adottare un criterio disproporzionale tale da rappresentare adeguatamente anche le aziende di maggiore dimensione; i risultati dovranno poi essere adeguatamente riponderati per fornire una rappresentazione corretta della distribuzione naturale;
 - *aree geografiche*, secondo la stessa classificazione già indicata per i campioni di clienti domestici;
 - *settore merceologico*, secondo la classificazione delle attività normalmente adottata (codici Ateco e similari);
 - per entrambi i campioni, dovrà essere esplicitata nella proposta di progetto la stima dell'errore di campionamento, con livello di confidenza del 95% considerando le variabili individuate per la stratificazione.
- la stratificazione dei campioni di utenti dei settori ambientali (settore idrico e settore rifiuti) dovrà essere assicurata per:
 - *aree geografiche*, secondo la classificazione richiesta per il settore elettrico (per permettere confronti)
 - *per gestore idrico o gestore rifiuti*.

In ogni caso la stratificazione del campione delle altre ricerche nei settori ambientali e nelle ricerche *ad hoc* sarà definita e confermata al momento della realizzazione dell'indagine in base agli obiettivi della singola ricerca.

³¹ La classificazione dei centri di residenza indicata è coerente con la classificazione del "grado di concentrazione" adottata dall'Autorità nelle indagini condotte precedentemente.

4.4 Effettuazione delle interviste e degli eventuali focus group

In tutte le *fasi qualitative* delle diverse indagini richieste (focus group e interviste in profondità), il Fornitore dovrà assicurare il rispetto dei seguenti requisiti:

- i *focus group* dovranno essere condotti da psicologi con esperienza specifica;
- lo svolgimento dei *focus group* dovrà avvenire in sedi attrezzate per la videoregistrazione³² e per l'osservazione non partecipante, tramite apposita parete a specchio, salvo per quest'ultimo requisito diverso accordo qualora i focus group si tengano in località varie prescelte o concordate con l'Autorità per motivi specifici relativi agli obiettivi di ricerca;
- le interviste in profondità dovranno essere condotte da personale con particolare esperienza in questo tipo di ricerca e con conoscenze specifiche nelle materie e negli argomenti oggetto di indagine.

In tutte le *fasi quantitative* delle diverse indagini richieste, il Fornitore dovrà assicurare il rispetto dei seguenti requisiti:

- le interviste telefoniche dovranno essere effettuate da intervistatori di madrelingua italiana adeguatamente formati dal Fornitore che, su richiesta, deve essere in grado di fornire una documentazione adeguata sul punto (schede intervistatori, con indicazione per ciascun intervistatore di qualifica, esperienza e formazione di base effettuata, lavori assegnati e valutazione periodica). Gli intervistatori dovranno altresì partecipare a *briefing* specifici per la singola ricerca tenuti dal Fornitore, allo scopo di ottenere tutte le istruzioni necessarie per una corretta esecuzione della specifica indagine;
- l'organizzazione dei *briefing*, la predisposizione del materiale didattico e la preparazione degli intervistatori saranno a completo carico del Fornitore; l'indagine dovrà essere effettuata dagli intervistatori che avranno partecipato alle riunioni di *briefing*; personale dell'Autorità potrà assistere, su richiesta, ai *briefing* degli intervistatori;
- tutte le interviste dovranno avvenire sotto la supervisione di coordinatori che assicureranno il continuo monitoraggio delle attività e che terranno costantemente informati gli Uffici dell'Autorità di eventuali interventi in corso d'opera per sanare e risolvere problemi che si dovessero presentare.

4.5 Controlli di qualità

Il Sistema di gestione della qualità del Fornitore dovrà esplicitare i controlli di qualità previsti. In particolare, per le interviste telefoniche, è richiesta la presenza di un supervisore ogni 15 operatori; il livello minimo di controllo tramite monitoraggio deve essere pari al 5% delle interviste telefoniche effettuate, con almeno il 50% dell'intera intervista monitorata/ascoltata dal supervisore. Per le interviste personali il livello di controllo deve essere pari al 20% degli intervistatori e al 5% delle interviste.

Oltre ad attenersi agli standard sopra indicati e alle procedure previste dal proprio Sistema di gestione della qualità, il Fornitore dovrà assicurare il rispetto dei seguenti requisiti:

- *fase pilota*: qualora il Fornitore, in accordo con l'Autorità, preveda la realizzazione di una fase pilota, finalizzata alla messa a punto delle domande del questionario, alla verifica dei tempi di somministrazione e alla comprensibilità delle domande presso i clienti finali intervistati, le interviste realizzate nella fase pilota non potranno essere conteggiate nel totale delle interviste richieste. Inoltre, dovrà essere redatto un rapporto al termine di ogni fase pilota, con l'identificazione delle questioni affrontate e delle soluzioni adottate a seguito dei riscontri ottenuti tramite la fase pilota.

³² Per la videoregistrazione dei focus group il Fornitore si impegna ad acquisire il consenso informato al trattamento dei dati personali di tutti i partecipanti, previa consegna di idonea informativa sul trattamento dei dati nella quale deve essere esplicitato le modalità di utilizzo delle registrazioni. L'azienda di ricerca di mercato è tenuta a rispettare le normative sulla *privacy*, e le registrazioni video devono solo permettere un'analisi più dettagliata delle discussioni.

- *controllo dei dati*: il Fornitore deve effettuare controlli di qualità delle interviste secondo il proprio Sistema di gestione della qualità e dichiarare i livelli di qualità fissati ed effettivamente raggiunti. L'Autorità si riserva di effettuare, anche tramite società terze, controlli sugli intervistati e applicherà penali previste nel Capitolato amministrativo proporzionali al numero di eventuali interviste dichiarate ma non effettuate, fino alla rescissione del contratto in caso di riscontri negativi per più dell'1% del campione complessivo della ricerca quantitativa. A tal fine il Fornitore dovrà fornire i recapiti degli intervistati, non abbinati ai dati raccolti.
- *regole di validità dei questionari*: il Fornitore dovrà concordare con l'Autorità, per ogni ricerca svolta, i criteri da utilizzare per considerare valido un questionario, sulla base dell'effettiva risposta alle principali domande. Di norma, un questionario sarà considerato valido se l'intervista è effettuata completamente.

4.6 Reportistica finale

Al termine di ogni indagine, dovranno essere consegnati all'Autorità i seguenti output, che resteranno di proprietà dell'Autorità:

- rapporto finale sui risultati dell'indagine che dovrà contenere una sintesi iniziale dei principali risultati dell'indagine commentati (*executive summary*), corredati da tavole e grafici (matrici) e dalle relative tavole illustrative e sezioni dei questionari;
- presentazione finale in formato *powerpoint* (in italiano), contenente i principali risultati del rapporto finale; è prevista, a richiesta degli Uffici, una sintesi della presentazione con i risultati chiave in inglese;
- raccolta dati (*data-set*) archiviati in formato grezzo e formato elaborabile digitale da concordare (indicativamente excel o file cvs), riguardanti i singoli item dei questionari, corredata da eventuali riferimenti utili alla decodifica e resi anonimi eliminando ogni riferimento anagrafico dell'intervistato; saranno positivamente valutati eventuali strumenti informatici già predisposti per facilitare l'estrazione e la consultazione dei dati raccolti;
- tavole statistiche suddivise per argomento che dovranno essere fornite sia per i dati in valore assoluto, sia per i dati percentuali per ciascuna domanda del questionario, prevedendo anche l'incrocio di tutte le risposte relative a valutazioni con le variabili definite;
- un testo di sintesi in formato word (su modello *fac-simile* fornito dall'Autorità).
- eventuale altra documentazione necessaria a completare i report di indagine in relazione alle singole ricerche (come descritte nei precedenti paragrafi) secondo format concordati con l'Autorità, compresa la disponibilità per eventuali altre richieste di elaborazioni secondarie anche multivariate.

Nel caso di *indagini quali-quantitative*, al termine della fase qualitativa o nella fase delle interviste pilota, dovrà essere consegnato un *rapporto intermedio* conclusivo della fase qualitativa o della fase pilota, con proposte di progettazione del questionario definitivo e di campionamento per la successiva fase quantitativa. I questionario/i di indagine (che l'Autorità deve approvare a seguito della fase pilota, se prevista) dovranno essere complete di eventuali istruzioni per i rilevatori.

In ogni caso, il Fornitore dovrà assicurare la disponibilità a soddisfare eventuali altre richieste, anche se non indicate e descritte esplicitamente nel presente Capitolato, che dovessero emergere in relazione alle esigenze informative connesse agli obiettivi e ai risultati della ricerca.

4.7 Aspetti internazionali

Il Fornitore, nella formulazione della propria offerta, dovrà considerare che nelle fasi di progettazione esecutiva di alcune ricerche (in particolare quelle *ad hoc* descritte nel paragrafo 2.2.4) potrebbe essere richiesta un'attività preliminare di analisi di esperienze internazionali su ricerche dalle tematiche analoghe rispetto a quelle considerate.

Tale attività, da svolgersi nella fase iniziale della ricerca, potrebbe comportare contatti e incontri con responsabili delle ricerche svolte dagli organismi di regolazione europei (anche su indicazione dall’Autorità) da altre Autorità analoghe o organismi europei del settore negli ultimi anni, utili a comprendere meglio la loro esperienza e le metodologie adottate.

È pertanto indispensabile che il team di ricerca preveda anche delle professionalità in grado di condurre riunioni e di predisporre note tecniche in lingua inglese.

Gli eventuali incontri che si dovessero organizzare saranno preferibilmente tenuti in remoto, ma potrebbe essere opportuno organizzare un incontro pubblico in forma seminariale³³. Le eventuali spese di viaggio documentate che si dovessero rendere necessarie saranno rimborsate dall’Autorità a parte, previa approvazione del preventivo di dettaglio. Il tempo necessario per tali attività è invece da considerarsi incluso nell’offerta complessiva, per un massimo di 5 giornate/anno dedicate agli aspetti internazionali.

4.8 Consulenza e disponibilità a effettuare incontri, presentazioni e seminari

Al Fornitore è richiesto di essere disponibile a organizzare, per ciascuna ricerca *ad hoc* effettuata e per ciascuna ricerca annuale di controllo della *customer satisfaction* delle imprese di vendita, almeno un incontro seminariale conclusivo di almeno mezza giornata presso la sede dell’Autorità per la presentazione del Rapporto e la discussione dei risultati del lavoro.

Al Fornitore si richiede inoltre assistenza per partecipare a incontri (fino ad un massimo di 12 incontri ulteriori nel corso del periodo di fornitura) presso gli Uffici dell’Autorità di Milano o di Roma, finalizzati alla discussione dei risultati oppure a seminari o presentazioni mirate in incontri tecnici con associazioni rappresentative dei consumatori e dei clienti. Non sono previste per queste attività rimborsi per spese di viaggio, intendendosi comprese nelle attività complessivamente richieste.

Infine, il Fornitore dovrà assicurare consulenza e assistenza lungo tutto il periodo di fornitura per gli aspetti concernenti l’individuazione delle esigenze del committente in relazione agli obiettivi indicati, ed eventuali richieste ulteriori di chiarimenti da parte delle aziende coinvolte che riceveranno i rapporti aziendali.

³³ Si vedano a titolo di esempio al paragrafo 2.1 le attività internazionali descritte.

5. PIANIFICAZIONE, REALIZZAZIONE E CONTROLLO DEI SERVIZI RICHIESTI

Nel seguito sono descritte le modalità con le quali si articolano la pianificazione delle diverse ricerche, la consuntivazione e il controllo di qualità dei servizi richiesti.

In generale, considerata la durata pluriennale della fornitura, il Fornitore dovrà assicurare la massima flessibilità (entro limiti di ragionevolezza) nello sviluppo delle attività, in relazione a circostanze ed esigenze anche non prevedibili.

5.1 Programma di massima dello sviluppo temporale delle attività di ricerca

Per quanto attiene lo sviluppo temporale delle attività di ricerca oggetto di affidamento in appalto, è fondamentale la seguente distinzione:

- ricerche continuative e pianificate: sono di questo tipo i servizi descritti nei paragrafi 3.1.1 e 3.1.2, e 3.1.3 (*customer satisfaction call center*, indagine reclami e indagine longitudinale mercati liberalizzati);
- ricerche non pianificate: sono di questo tipo i servizi di ricerca descritti nel paragrafo 3.1.4 e 3.1.5.

Per questo ultimo tipo di servizi di ricerca (che comprendono le ricerche relative ai servizi ambientali e in generale alle ricerche *ad hoc*) non è al momento prevedibile lo sviluppo temporale delle indagini che potrebbero essere svolte nel corso del periodo di fornitura. Esse saranno definite dall'Autorità, in accordo con il Fornitore, anno per anno, sulla base di un piano esecutivo di ricerca annuale che verrà predisposto, approvato e aggiornato con le modalità descritte nel paragrafo successivo.

Poiché l'Autorità si riserva la facoltà di avviare più attività di indagine in parallelo, specie con riferimento alle ricerche *ad hoc* su settori diversi e con tempistiche sovrapposte, il Fornitore dovrà garantire un'organizzazione adeguata, predisponendo risorse umane e strutture operative idonee a gestire simultaneamente più ricerche e la disponibilità a flessibilizzare le proprie attività, assicurando in ogni caso il rispetto delle modalità operative richieste dall'Autorità.

5.2 Piano esecutivo di ricerca (annuale)

Entro i 30 giorni solari successivi all'avvio dei lavori (data che sarà certificata da un verbale di inizio attività), il Fornitore dovrà concordare con l'Autorità e predisporre il primo Piano esecutivo di ricerca annuale, con indicazione di dettaglio delle ricerche che dovranno essere svolte, dei tempi previsti per le diverse fasi e dell'ammontare in valore delle ricerche *ad hoc*, secondo la metodologia descritta di seguito. Il primo anno di fornitura decorre dalla data che sarà fissata nel verbale di inizio attività.

L'approvazione del primo Piano esecutivo di ricerca, che sarà preventivamente concordato, sarà formalizzata all'Autorità con invio con PEC da parte del Fornitore entro i 15- 20 giorni solari successivi dall'inizio dell'anno di riferimento.

Successivamente, il Fornitore dovrà concordare con l'Autorità e predisporre per l'approvazione il Piano esecutivo di ricerca per ogni anno successivo al primo, di norma entro l'inizio dell'anno di riferimento. Ogni anno, l'approvazione del Piano esecutivo di ricerca sarà formalizzata all'Autorità entro i 15- 20 giorni solari successivi alla consegna dello stesso, pertanto, di norma, entro la metà del primo mese di ciascun anno cui il piano si riferisce.

Fermo restando gli obiettivi delle diverse indagini descritti nel presente Capitolato, l'Autorità si riserva di chiedere variazioni alle pianificazioni proposte dal Fornitore concordando eventuali modifiche al calendario dei lavori, senza oneri economici aggiuntivi.

Il Fornitore è obbligato a recepire le modifiche richieste entro i 5 giorni lavorativi successivi alla richiesta.

Il Fornitore si impegna comunque, nel periodo necessario alla definizione e approvazione delle pianificazioni, a svolgere le attività necessarie a garantire l'operatività e la continuità delle applicazioni, al fine di evitare interruzioni e disagi all'Autorità.

Gli incontri che hanno per oggetto la pianificazione e il monitoraggio delle attività di rilevazione saranno tenuti di norma, presso la sede dell'Autorità, salvo esigenze specifiche degli Uffici che potranno anche organizzare incontri specifici da remoto.

Per gli incontri presso la sede dell'Autorità sono a carico del Fornitore le spese di trasporto, vitto e alloggio per i propri rappresentanti.

5.2.1 Definizione delle specifiche, preventivazione e programmazione delle ricerche ad hoc

Per ogni anno, il Piano esecutivo di ricerca deve contenere la definizione delle specifiche, la preventivazione e la programmazione delle ricerche *ad hoc* che verranno eseguite (o iniziate) nell'anno, oltre alla ripianificazione/aggiornamento delle ricerche *ad hoc* avviate precedentemente ed eventualmente non ancora terminate.

L'Autorità indicherà, in fase di predisposizione del Piano esecutivo di ricerca, le ricerche che intende attivare di massima nell'anno di riferimento tra quelle previste nel presente Capitolato, in relazione alle esigenze di regolazione e vigilanza dei settori energetici, indicando in particolare gli obiettivi di ciascuna indagine, la metodologia CATI o CAWI) da utilizzare e il target dell'indagine (per es.: utenza domestica, utenza non domestica, altro target specifico).

Ai fini della preventivazione, il Fornitore potrà, anche in base a interviste e colloqui con i responsabili di Unità e di Direzione interessati referenti delle diverse ricerche, proporre la definizione di eventuali requisiti ed esigenze specifiche per le indagini previste per l'anno di riferimento.

Nel caso in cui tali requisiti speciali configurino un aumento dell'*effort* di ricerca rispetto al servizio-tipo, esso dovrà essere quantificato, nel limite massimo del 20% aggiuntivo del valore di ogni servizio di ricerca *ad hoc* (dichiarato in sede di gara) e sarà oggetto di approvazione specifica.

Il Piano esecutivo di ricerca dovrà inoltre contenere la programmazione operativa per ciascuna ricerca *ad hoc*, con indicazione delle scadenze delle diverse fasi (se presenti) e dei relativi output (es: predisposizione questionario e campione, interviste pilota, *fieldwork* e controlli, elaborazione e report di ricerca).

Il Piano esecutivo di ricerca sarà oggetto di approvazione da parte dell'Autorità.

5.2.2 Aggiornamento del Piano esecutivo di ricerca in corso d'anno

A fronte di particolari esigenze, anche per contingenze sopravvenute, l'Autorità si riserva di aggiornare il Piano esecutivo di ricerca in corso d'anno. In ogni caso saranno riconosciute le attività già svolte.

5.3 Consuntivazione periodica

Al termine di ogni ricerca o almeno con cadenza annuale, dovrà essere verificato il Piano esecutivo delle ricerche. La consuntivazione dovrà mettere in evidenza le attività effettivamente svolte e la corrispondenza con le attività pianificate, che costituisce la base per la fatturazione delle attività di ricerca svolte, secondo i prezzi stabiliti in sede di aggiudicazione di gara. Il Piano delle ricerche aggiornato costituisce il Report di consuntivazione.

Eventuali discordanze rispetto alle attività pianificate, dovranno essere segnalate predisponendo e sottoponendo all'approvazione dell'Autorità un apposito Report di consuntivazione, contenente a fronte della pianificazione, l'evidenza delle attività effettivamente svolte, degli output rilasciati o dello stato di avanzamento delle attività in corso, i livelli di servizio registrati per ciascun servizio.

Al termine di ciascuna ricerca con la consegna dei Report di ricerca o dei risultati anche intermedi, qualora previsti (fase qualitativa ad esempio), l'Autorità procederà alla verifica e al confronto tra le attività effettivamente svolte e quelle pianificate dal Piano delle ricerche.

La verifica positiva delle attività svolte, delle fasi intermedie, in conformità a quelle pianificate in accordo con l'Autorità costituisce la base per la fatturazione delle attività di ricerca secondo i prezzi stabiliti in sede di gara.

5.4 Comunicazioni tra Committente e Fornitore

Ogni comunicazione formale relativa alla gestione e all'esecuzione del contratto dovrà essere indirizzata all'attenzione del referente dell'Autorità indicato nel Piano delle ricerche, destinatario della comunicazione, per iscritto, via posta elettronica.

L'Autorità si riserva di approvare i *deliverable* prodotti dal Fornitore secondo quanto previsto, per i vari servizi, nel presente Capitolato. Non è prevista approvazione per tacito assenso.

5.5 Assicurazione Qualità

Nell'esecuzione delle attività contrattualmente previste il Fornitore dovrà:

- rispettare i principi di assicurazione e di gestione della qualità della norma ISO 9001 rispetto alla quale il fornitore risulta certificato o altri sistemi di gestione delle attività adottati ed esplicitamente evidenziati e descritti nell'offerta di gara;
- attenersi ed essere conforme a quanto previsto dal proprio Sistema di Gestione della Qualità e dai livelli qualitativi minimi (*standard*) stabiliti dal presente Capitolato.

Indicatori di qualità

Gli indicatori atti a descrivere i livelli di qualità della fornitura sono definiti come segue:

- “prontezza” delle interviste ai clienti che hanno chiamato i *call center* delle imprese di vendita di energia elettrica e del gas: è richiesto di rispettare il tempo massimo di 3 giorni lavorativi per almeno il 90% delle interviste (per ogni indagine annuale);
- interviste non riscontrate in sede di controllo di qualità: è ammessa una tolleranza massima dell'1% per ogni ricerca *ad hoc* e per ogni indagine annuale di *call back*;
- rispetto dei tempi stabiliti nella pianificazione operativa: per le ricerche *ad hoc* saranno tollerati ritardi non superiori a una settimana, salvo diverso e specifico accordo con l'Autorità, per ogni progetto di ricerca di durata fino a 8 settimane, e non superiori a due settimane per ogni progetto di ricerca di durata complessiva superiore a 8 settimane;
- ulteriori indicatori e standard di qualità potranno essere definiti dal Fornitore nella formulazione del proprio progetto tecnico.

Nel caso in cui il Fornitore proponga, in sede di offerta o in corso di progetto, degli indicatori aggiuntivi rispetto a quelli elencati, o valori soglia migliorativi, tale nuovo profilo di qualità potrà essere assunto come base di riferimento per l'applicazione di penali, previste dal Capitolato amministrativo.

Le modalità di calcolo e gli algoritmi applicati per i singoli indicatori, qualora non esaurientemente descritti nel presente Capitolato, sono sviluppati in sede contrattuale, anche in base all'esperienza sulla documentazione finora utilizzata per monitorare le precedenti ricerche.

Il Fornitore deve consegnare all'Autorità al termine di ogni ricerca il Rapporto sui livelli di servizio effettivi che dovrà contenere la rendicontazione degli indicatori e, in caso di superamento dei valori soglia, le motivazioni di tali superamenti e le azioni correttive intraprese. Sulla base della rendicontazione fornita nel Rapporto sui livelli di servizio effettivi, l'Autorità può applicare le penali previste nel Capitolato amministrativo.

5.6 Trasferimento di know how al termine del periodo di fornitura

Al termine del periodo di fornitura, o in caso di cessazione dell'attività per qualunque motivo nel corso del periodo di fornitura, il Fornitore dovrà, in modo concordato con l'Autorità, trasferire a personale dell'Autorità

o a terzi da essa designati il *know-how* sulle attività condotte e tutta la documentazione tecnica e operativa utile a consentire, in modo efficiente e senza interruzioni, l'eventuale prosecuzione delle attività. Ciò è richiesto in modo particolare negli ultimi due mesi di validità del contratto per quanto attiene la metodologia statistica adottata per le indagini di controllo della *customer satisfaction* dei clienti delle imprese di vendita.

È pertanto richiesto al Fornitore di predisporre un piano di trasferimento del *know how* e le relative modalità di erogazione. Tale piano è soggetto all'approvazione dell'Autorità; l'onere di predisposizione è a carico del Fornitore e dovrà tenere conto delle eventuali proposte che il Fornitore potrà fare in sede di offerta.

Appendice 1

Informazioni metodologiche e tecniche sull'indagine di soddisfazione dei clienti che si sono rivolti a *call center* delle imprese di vendita dell'energia elettrica e del gas

Indagine sulla *customer satisfaction* dei servizi di *call center*

Tra le finalità indicate dalla legge n. 481/95, l'Autorità persegue la tutela e l'informazione dei consumatori di energia elettrica e di gas naturale, nonché la promozione del miglioramento della qualità di questi servizi.

Il TIQV fissa per i servizi telefonici generalmente erogati da *call center* delle aziende di vendita di energia elettrica e di gas (di seguito: venditori), obblighi di servizio, standard generali di qualità dei servizi telefonici, e il monitoraggio della soddisfazione di questi servizi presso i clienti. È prevista inoltre la pubblicazione di indicatori risultanti da indagini di *customer satisfaction* per la verifica dell'efficacia del servizio telefonico reso dai venditori sia a livello generale che in forma aggregata per gruppi omogenei di aziende; l'articolo 31 in particolare, prevede che l'Autorità effettui annualmente un'indagine di soddisfazione, intervistando un campione di clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center* dei venditori, attraverso la metodologia del *call-back*.

Il campione è estratto da elenchi di clienti finali che hanno parlato con un venditore di energia elettrica e/o gas (forniti dagli stessi venditori che partecipano all'indagine); tali elenchi sono corredati delle informazioni minime necessarie all'effettuazione dell'indagine (nomi e numeri di telefono), secondo istruzioni operative approvate con determina del Direttore della Direzione Consumatori e Utenti con una dettagliata disciplina del trattamento dei dati nel pieno rispetto del GDPR.

Negli anni scorsi sono stati interessati all'indagine, su base obbligatoria, tutti i venditori di energia elettrica o di gas con più di 50.000 clienti che abbiano ricevuto, nell'anno precedente, un numero medio di chiamate telefoniche superiore a 400/giorno, calcolato con riferimento al numero dei giorni di apertura del *call center*. Nell'ultima edizione dell'indagine i venditori che hanno partecipato all'indagine sono stati una trentina.

In esito all'indagine, per ogni venditore viene stimato un valore dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti (di seguito ICS), variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati dall'indagine.

Ai fini del calcolo dell'indice è rilevante determinare un intervallo di confidenza dell'indice ICS (essendo tale indice stimato su base campionaria). Infatti, il valore della stima dell'indice ICS è un valore stimato determinato come valore minimo dell'intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità. Ciò comporta che debbano essere fornite, per ogni venditore e per ogni semestre, la stima puntuale dell'ICS e il valore minimo dell'intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

Il TIQV prevede inoltre che i venditori possano contribuire con proprie risorse all'effettuazione di interviste aggiuntive, al fine di ridurre il margine di errore di stima a parità di livello di confidenza. In tale caso l'intervallo di confidenza è valutato sul campione complessivo di interviste effettuate pari alla somma delle interviste assicurate dal campionamento con le interviste di base assicurate dall'Autorità più il numero di interviste effettuate a spese del venditore.

L'Autorità ha effettuato 23 edizioni di indagini, dal secondo semestre 2008 ad oggi; le indagini sono state affidate a società specializzate in ricerche di mercato mediante gara pubblica per garantire la terzietà dei risultati e sono state tutte effettuate con la stessa metodologia (*call back*) attraverso interviste telefoniche gestite con metodo CATI (*Computer Aided Telephonic Interview*).

I risultati delle indagini sono attualmente pubblicati nella Relazione annuale e nei Rapporti sulla qualità dei servizi telefonici e utilizzati, oltre che per la regolazione anche in seminari, presentazioni e incontri con gli stakeholder in Italia e all'estero.

Specifiche per la costruzione dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS

Obiettivo principale dell'indagine è quello di monitorare e misurare in maniera continuativa la soddisfazione dei clienti che si sono rivolti a un *call center* delle principali aziende di vendita di energia elettrica e gas.

Il monitoraggio fino ad oggi è stato effettuato ai sensi dell'Allegato A alla deliberazione 21 luglio 2016 413/2016/R/com e s.m.i "Nuovo testo integrato della regolazione della qualità commerciale dei servizi di vendita e modifiche alla regolazione della qualità commerciale del servizio di distribuzione dell'energia elettrica e del gas naturale, al codice di condotta commerciale e alla bolletta 2.0" (TIQV) con cui l'Autorità per la Regolazione energia reti e ambiente definisce gli obblighi di servizio per i *call center* delle aziende di vendita, standard generali di qualità dei servizi telefonici, un indicatore complessivo di soddisfazione risultante da indagini di *customer satisfaction* per la verifica del servizio reso dagli operatori.

Dal 2018 le rilevazioni sono annuali (precedentemente erano semestrali). Sono stati coinvolti dall'indagine i venditori di energia elettrica e gas con più di 50.000 clienti finali e che ricevono più di 400 telefonate/giorno in media (nel periodo precedente). Come esito dell'indagine è previsto che sia stimato un valore dell'Indice complessivo di soddisfazione dei clienti (ICS) complessivo o indice di sistema e un Indice per ognuna delle aziende di vendita partecipanti; l'ICS rappresenta un indice sintetico comprensivo delle valutazioni su tutti i diversi fattori di qualità percepita sottoposti al giudizio dei clienti intervistati. L'indice calcolato per ciascuna delle aziende partecipanti deve essere comparabile per permettere il confronto e la pubblicazione.

Metodologie di selezione del campione e di rilevazione

Per verificare la soddisfazione dei clienti che si sono rivolti ai *call center*, l'indagine viene effettuata con la metodologia del *call back*, che consiste nel richiamare e intervistare a campione i clienti delle aziende di vendita di energia che hanno avuto esperienza diretta dell'utilizzo dei *call center*.

Le liste dei clienti da richiamare vengono fornite dalle aziende partecipanti all'indagine. La richiamata per l'intervista della soddisfazione da parte della società di indagine avviene entro pochi giorni dalla chiamata del cliente al *call center*, in modo tale che il ricordo della telefonata ancora vivido e preciso, permetta al cliente di fornire un riscontro più autentico e affidabile sull'esperienza effettiva avuta.

A questo scopo:

- tutte le aziende partecipanti all'indagine sono tenute a fornire l'elenco delle chiamate dei clienti che, in giorni prestabiliti secondo uno specifico calendario di campionamento, hanno contattato i loro *call center* commerciali con un breve preavviso;
- la società di ricerca entro massimo tre giorni dalla ricezione di tali elenchi, realizza le interviste previste dal piano di campionamento.

La struttura campionaria e la sua numerosità, per ciascuna indagine, prevedono:

- un campione di base – i cui costi di realizzazione sono finanziati direttamente dall'Autorità;
- eventuali lotti aggiuntivi di 300 casi per ciascun lotto (con possibilità di acquistare uno o più lotti), che le aziende partecipanti all'indagine possono acquistare per migliorare la stima campionaria, minimizzando l'errore statistico.

Per ogni azienda vengono calendarizzate 10 giornate di rilevazione (per le aziende il cui *call center* è aperto dal lunedì al venerdì) o 12 giornate (per le aziende con apertura del *call center* anche il sabato e/o la domenica).

Per il calcolo degli indici di 'sistema', relativi al totale dell'universo di riferimento, in fase di elaborazione dei dati viene operata una ponderazione in base al numero effettivo di chiamate ricevute dalle singole imprese analizzate.

L'indice di Soddisfazione ICS e le procedure per calcolarlo

L'indicatore ICS viene calcolato secondo la seguente procedura:

- sono stati individuati 6 fattori di qualità percepita da sottoporre al giudizio degli intervistati unitamente a un giudizio generale *overall*³⁴;
- utilizzo di una metrica relativa su tre livelli base per la rilevazione dello stato di soddisfazione dell'intervistato sui singoli fattori di qualità percepita: peggiore rispetto alle aspettative; uguale rispetto alle aspettative; migliore rispetto alle aspettative;
- determinazione di un peso per i singoli fattori, determinato con una procedura di regressione categorica tra i fattori di qualità e l'indice di soddisfazione *overall*, che riflette l'importanza che implicitamente i clienti annettono a ciascun fattore;
- costruzione di un indicatore complessivo di soddisfazione, calcolato come media ponderata dei livelli di soddisfazione di ogni singolo fattore (dato dalla quota di intervistati che dichiarano di non avere percepito uno scarto negativo tra le proprie aspettative e quanto ricevuto) usando i pesi descritti;
- valutazione *ex post* di una stima del margine di errore, determinato mediante una procedura statistica di *bootstrap* su 1000 campioni estratti con reimmissione a partire dal campione di indagine; il margine di errore è tanto maggiore quanto più elevata è la variabilità dell'indicatore in ciascun campione;
- determinazione del valore dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS da utilizzare ai fini della graduatoria, come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

La tabella seguente illustra l'andamento storico del peso dei fattori di qualità percepita e i coefficienti beta percentualizzati nelle ultime 3 ultime edizioni di indagine stimati con un modello di regressione categorica.

Tabella 1 Fattori di soddisfazione considerati e il loro peso (Coefficienti beta percentualizzati)

Fattori di soddisfazione considerati e il loro peso (Coefficienti beta percentualizzati)	2022	2023	2024
La capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile	34,4	30,0	35,4
La chiarezza delle risposte fornite	23,7	16,3	26,6
La semplicità del sistema di risposte automatiche per poter parlare con l'operatore	8,6	10,1	4,2
La cortesia degli operatori	13,3	12,2	16,9
Il tempo di attesa per parlare con l'operatore	6,8	5	7,4
Il tempo di attesa per trovare la linea libera	13,2	26,5	9,5

Fonte: Indagini di soddisfazione sulla qualità dei servizi telefonici

Per la determinazione dell'ICS di ogni singola azienda è stato sottratto dalla media campionaria l'errore statistico calcolato attraverso le procedure di *bootstrap*.

Il calcolo della stima dell'indice ICS

Il calcolo della stima dell'indice ICS è definito come segue:

³⁴ La metodologia sviluppata si è basata sulle disposizioni previste dalla norma UNI 11098:2003 "Sistemi di gestione per la qualità - Linee guida per la rilevazione della soddisfazione del cliente e per la misurazione degli indicatori del relativo processo".

Siano:

c il numero di fattori di soddisfazione,

v il numero di fornitori oggetto d'indagine,

n_j il numero di clienti intervistati del *j*-esimo fornitore (*j*=1..*v*),

r_{ijk} la risposta sul livello di soddisfazione del *i*-esimo cliente del *j*-esimo fornitore per il *k*-esimo fattore (*i*=1..*n_j*; *j*=1..*v*; *k*=1..*c*), con valore 1 = inferiore alle aspettative, 2 = in linea con le aspettative o 3 = superiore alle aspettative,

s_{ijk} lo stato di soddisfazione del *i*-esimo cliente del *j*-esimo fornitore per il *k*-esimo fattore (*i*=1..*n_j*; *j*=1..*v*; *k*=1..*c*): assume valori 1 se r_{ijk} = 2 o 3, e 0 altrimenti,

w_k il coefficiente beta standardizzato del *k*-esimo fattore calcolato dalla regressione categorica (*k*=1..*c*),

allora
$$n_{jk} = \sum_{i=1}^{n_j} n_{r_{ijk}}$$
 è la numerosità valida per la soddisfazione del *j*-esimo fornitore per il *k*-esimo

fattore, e
$$s_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} s_{ijk}}{n_{jk}}$$
 è la quota di clienti soddisfatti del *j*-esimo fornitore per il *k*-esimo fattore; quindi

l'indice ICS del *j*-esimo fornitore si calcola come:

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

Stima del margine di errore dell'indice ICS

Per stimare il margine di errore unilatero sinistro dell'indice ICS³⁵ si procede a effettuare simulazioni *bootstrap*. I risultati dell'applicazione del *bootstrap* ai dati dell'indagine pilota sono risultati in linea con le aspettative e indicano che lo stimatore dell'ICS non è distorto.

Quale stima del margine di errore unilatero sinistro dell'indice si utilizza il 5° percentile della distribuzione *bootstrap* dell'indice ICS.

Più in dettaglio, per ciascun fornitore vengono estratti dal campione della rilevazione 1.000 campioni di numerosità pari allo stesso, con re-immissione. Per ciascuno dei 1.000 campioni *bootstrap* viene calcolata la stima dell'indice ICS come descritto sopra, tenendo quindi costanti i pesi *w_k*, derivati dalla regressione categorica effettuata. Ordinando i 1.000 indici ICS così ottenuti in ordine ascendente, la stima ICS' sarà la media tra il 50-esimo e il 51-esimo ICS.

³⁵ Il TIQV, che delinea le regole per lo svolgimento dell'indagine, assume che sia utilizzato il valore che l'indicatore ICS nel limite inferiore dell'intervallo di confidenza unilatero al 95% di probabilità della distribuzione campionaria di tale media ponderata.

2 Questionario “Indagine sulla qualità percepita dei servizi di *call center* delle società di vendita di energia elettrica e di gas”

Buongiorno/Buonasera, sono [nome intervistatore] di [Nome società] Vorrei parlare con <nome da sample>.

[Nota per l'intervistatore: accettare di parlare esclusivamente con <nome da sample>!]

Stiamo svolgendo un'indagine sulla soddisfazione della qualità dei *call center* per conto dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente.

L'indagine è rivolta alle persone che nell'ultima settimana hanno telefonato alla propria azienda del gas o dell'energia elettrica, nel suo caso <azienda da sample>. Il suo nominativo ci è stato fornito dall'azienda di vendita che Lei ha chiamato qualche giorno fa e su indicazione dell'Autorità, se Lei acconsente, Le sottoporremo alcune domande al solo scopo di realizzare la presente indagine.

L'obiettivo è verificare la sua soddisfazione circa il colloquio che ha avuto con l'operatore e migliorare il servizio.

I dati raccolti saranno elaborati in forma anonima e non sarà in alcun modo possibile risalire al suo nominativo e associare le risposte che ci fornirà.

[Nota per scriptwriter: prevedere un'uscita “non ho telefonato all'azienda”]

Lettura dell'Informativa Privacy

[Nota: Leggere informativa privacy sui dati personali trattati rimandando al sito internet dell'Autorità per l'informativa estesa e al numero verde dello Sportello del consumatore se desidera informazioni ulteriori, specificando che i dati sono cancellati alla fine dell'indagine e trattati in forma anonima]

Se necessita di ulteriori chiarimenti sugli scopi dell'indagine può trovare l'informativa sul trattamento dei dati personali ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 (c.d. GDPR) sul sito dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/privacy-policy o chiamare il numero verde dello Sportello per il consumatore energia e ambiente 800.166.654.

La sua collaborazione è molto importante per migliorare il servizio. Tutte le domande che le farò si riferiscono alla chiamata che Lei ha fatto a (*citare nome azienda della lista di provenienza*).

X1. Posso procedere con l'intervista?

1. sì
2. no → <CHIUDERE>

SEZIONE A – MOTIVI E MODALITA' DI CONTATTO

Vorrei parlare della sua telefonata a <azienda da sample> in data <data della chiamata> <fascia oraria della chiamata>.

A1. Prima di riuscire a parlare con l'operatore aveva provato a chiamare senza riuscirci?

1. sì, ho dovuto richiamare
2. no, sono riuscito a parlare al primo tentativo

A2. Dal momento in cui ha preso la linea si ricorda quanto tempo ha dovuto attendere al telefono prima di poter parlare con la persona giusta? Consideri anche il tempo dedicato ad ascoltare e rispondere al messaggio automatico dell'azienda.

1. pochi secondi (risposta immediata)
2. meno di due minuti
3. tra due e cinque minuti
4. oltre cinque minuti
5. non sa/non indica

A3. Nel complesso si ricorda quanto è durata la telefonata di cui stiamo parlando?

1. meno di due minuti
2. tra due e cinque minuti
3. tra cinque e dieci minuti

4. oltre dieci minuti
5. non ricorda

A4. Ha chiamato il *call center* per chiedere un'informazione, per sbrigare una pratica, per risolvere un problema o per fare un reclamo?

1. informazione
2. pratica
3. problema
4. reclamo
5. altro *[specificare]*

A5. Questa/o < *RISPOSTA DOM A.4.* > che cosa riguardava in particolare? *NON SUGGERIRE*<[Multipla]>

1. un nuovo contratto o subentro
2. la modifica o cessazione di un contratto
3. offerte commerciali
4. fatture o bollette
5. richiesta di appuntamento o visita di un tecnico
6. sollecito per un appuntamento non rispettato
7. lettura del contatore
8. richiesta informazioni sulle tariffe o offerte
9. altro *[specificare]*

A6. Questa è stata prima telefonata relativa ai motivi di cui stiamo parlando o era una chiamata successiva a altre?

1. prima chiamata
2. chiamata successiva

<se A6. = 2 (chiamata successiva)>

A6.1. Le risposte che ha ricevuto nelle diverse telefonate fatte erano tra loro: *[LEGGERE]*

1. totalmente coerenti
2. abbastanza coerenti
3. poco coerenti, oppure
4. per niente coerenti?
5. *[non leggere]* non so/non ho ricevuto risposte

A.7. Con questa <Se A6=2 (chiamata successiva): ultima> telefonata è riuscito a risolvere le sue richieste?

1. sì
2. no

SEZIONE B - CUSTOMER SATISFACTION

B.1. Nel complesso il servizio ricevuto con questa telefonata è stato peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

B.2. Parliamo ora delle principali caratteristiche del servizio telefonico che Lei ha ricevuto.

Le citerò alcuni aspetti e dovrà dirmi per ognuno di essi se il servizio è stato migliore, uguale o peggiore di quanto si aspettava.

B2.1 Il tempo impiegato per trovare la linea libera è stato peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.1.1 Questa mancanza per lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è "poco importante" e 5 è "importantissimo" _ <Ammesso non so>

B2.2 La semplicità del sistema di risposte automatiche per poter parlare con l'operatore è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.2.1 Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” ____ <Amnesso non so>

B2.3 Il tempo di attesa per parlare con l'operatore è stato peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.3.1 Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” ____ <Amnesso non so>

B2.4 La cortesia degli operatori è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.4.1 Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” ____ <Amnesso non so>

B2.5 La chiarezza delle risposte fornite è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.5.1 Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” ____ <Amnesso non so>

B2.6 La capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile è stata peggiore, uguale o migliore di quanto si aspettava?

1. peggiore
2. uguale
3. migliore

<Se 1 (peggiore):>

B2.6.1 Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è “poco importante” e 5 è “importantissimo” ____ <Amnesso non so>

<SEZIONE C DA SOTTOPORRE AL 10% DEGLI INTERVISTATI SCELTI IN MODO CASUALE>

SEZIONE C. ASPETTATIVE NEI CONFRONTI DELLA QUALITÀ E DELLE MODALITÀ DI EROGAZIONE DEL SERVIZIO

Vorrei ora farLe alcune domande sull'organizzazione del servizio.

C1. Mi può dire secondo Lei qual è il tempo di attesa limite che ritiene tollerabile prima di parlare con un operatore, incluso anche i tempi dei messaggi automatici?

1. non più di un minuto
2. non più di un minuto e mezzo
3. non più di due minuti
4. non più di tre minuti
5. non più di quattro minuti
6. non più di cinque minuti
7. oltre cinque minuti

C2. Secondo Lei è necessario che il servizio di *call center* sia attivo:

1. in orari d'ufficio

2. in orari diversi rispetto agli orari d'ufficio (per esempio fino alle 20)
3. in orari e giornate molto più ampi rispetto agli orari d'ufficio per esempio fino alle 22

C4. Molte aziende in altri settori utilizzano risponditori automatici basati sull'intelligenza artificiale (es. Bot) sempre disponibili per i clienti. Lei gradirebbe l'utilizzo di questi servizi anche nel settore elettrico e gas?

1. Sì, anche senza operatore
2. Sì, ma con operatore
3. Sì, ma solo per risposte semplici
4. No
5. *[non leggere]* Non so

C5. Se trova occupato, cosa gradisce di più? *[LEGGERE]* <Presentare opzioni randomizzate>

1. ascoltare un messaggio che indichi il tempo di attesa previsto
2. poter lasciare un numero di telefono per essere richiamato
3. ascoltare un messaggio che suggerisca i momenti in cui gli operatori sono meno occupati
4. *[non leggere]* non so / mi è indifferente

C.6. Alcune aziende di energia elettrica e gas permettono ai propri clienti di svolgere tutte le operazioni per telefono, internet, App, sportelli bancari o postali. Altre invece preferiscono potenziare di più gli sportelli aperti al pubblico sul territorio. Quale di queste alternative preferisce?

1. maggiore sviluppo di internet e servizi web
2. maggiore sviluppo degli sportelli sul territorio
3. altro *[specificare]*
4. *[non leggere]* non saprei

<A TUTTI:> **SEZIONE D - DOMANDE ANAGRAFICHE**

- D1. Lei ha chiamato per un'utenza privata o un'utenza aziendale?
1. privata
2. aziendale → <D5>
- D2. Abbiamo quasi finito. Qual è la sua professione?
1. Operaio
2. Impiegato/quadro
3. Insegnante/docente universitario
4. Dirigente
5. Imprenditore
6. Consulente/Libero professionista
7. Commerciante
8. Artigiano
9. Agricoltore
10. Altro Autonomo
11. Disoccupato/in cerca di prima occupazione
12. Casalinga,
13. Pensionato,
14. Altro in condizione non professionale [*studente, altro ...*]
15. non indica
- D3. Il suo ultimo titolo di studio è: [*leggere*]
1. Laurea
2. Diploma superiore
3. Diploma inferiore
4. Licenza elementare/nessuna scuola
5. [*non leggere*] non indica
- D4. Qual è la sua età?
1. meno di 24 anni
2. 25-34 anni
3. 35-44 anni
4. 45-54 anni
5. 55-64 anni
6. 65-74 anni
7. 75-84 anni
8. 85 anni e oltre
9. non indica
- D5. [*Senza chiedere:*] Sesso dell'intervistato
1. uomo
2. donna

<Se D1=1 (azienda):>

- D6. Qual è il numero di addetti, Lei compreso, dell'Azienda in questione?
1. 1 addetto
2. 2 addetti
3. 3-5 addetti
4. 6-9 addetti
5. 10-19 addetti
6. 20-49 addetti
7. 50-249 addetti
8. 250 e oltre
9. non indica

La ringrazio per la collaborazione e le auguro una buona giornata/serata

3 Statistiche sul *field*

Nella seguente tabella sono riportate alcune statistiche sui dati forniti dalle imprese di vendita necessari per il campionamento.

Tab. 2 Campione lordo e netto, esito contatti e interviste

	2022	%	2023	%	2024	%
Numero di record inviati	439.802	100%	443.840	100%	486.052	100%
Record esclusi (senza nominativo, data, fascia oraria etc)	24.023	5,50%	30.402	6,80%	40.354	8,30%
Record disponibili	415.779	94,50%	413.438	93,20%	445.698	91,70%
Movimentati	62.622	15,10%	102.437	23,10%	59.302	12,20%
Numero inesistente o errato, fax	1.804	0,40%	3.918	0,90%	1.629	0,34%
Intervistando non reperibile entro il giorno di scadenza	111	0,20%	114	0%	97	0,02%
Intervistando nega di aver telefonato all'azienda	1.290	2,10%	2.260	0,50%	949	0,20%
Rifiuto	7.099	11,30%	9.671	2,20%	6.213	1,28%
Occupato/ non risponde dopo oltre 5 tentativi	3.265	5,20%	2.295	0,50%	8.350	1,72%
Occupato/ non risponde dopo con 5 o meno tentativi	28.141	44,90%	65.412	14,70%	24.249	4,99%
Appuntamento	4.163	6,60%	1.656	0,40%	1.454	0,30%
Interviste complete	16.749	26,70%	17.111	3,90%	16.361	3,37%
- di cui complete il primo giorno	7.208	43%	17.111	100%	16.361	100%
- di cui complete il terzo giorno	23.957	100%	34.222	100%	16.361	100%

Appendice 2

Informazioni metodologiche e tecniche sull'indagine di verifica della *customer satisfaction* per le risposte scritte ai reclami e alle richieste di informazione

Indagine sulla *customer satisfaction* delle risposte scritte ai reclami

La disciplina del TIQV, che si applica nei confronti dei clienti del servizio elettrico domestici e non domestici alimentati in bassa e media tensione e dei clienti del servizio gas alimentati in bassa pressione, stabilisce, tra l'altro, i contenuti minimi del reclamo, i tempi massimi di risposta da parte dei venditori ai reclami scritti e alle richieste scritte di informazione, i contenuti informativi e documentali minimi delle risposte fornite e gli eventuali indennizzi automatici da corrispondere ai clienti in caso di mancato rispetto dei tempi massimi di risposta, che costituiscono standard specifici di qualità applicati a ogni singola prestazione.

Anche nei confronti delle imprese di distribuzione, l'Autorità ha stabilito standard generali di qualità per la risposta ai reclami eventualmente sottoposti dai clienti finali, e standard specifici di qualità relativi ai tempi di risposta alle richieste di dati tecnici sottoposte dai venditori in caso di reclami dei clienti finali che coinvolgono prestazioni di esclusiva competenza del distributore.

Il cliente finale che, anche alla luce delle informazioni eventualmente ottenute rivolgendosi al servizio *call center* o presso altri punti di contatto resi disponibili dal proprio venditore, riscontra una presunta irregolarità nell'erogazione dei servizi elettrico o gas o ritiene poco comprensibile, per esempio, una clausola del proprio contratto di fornitura, si rivolge in primo luogo all'impresa di vendita (o, nei casi previsti³⁶, all'impresa di distribuzione) mediante un reclamo scritto o una richiesta scritta di informazioni.

L'impresa di vendita è tenuta ad assicurare una gestione efficiente dei reclami e delle richieste di informazione e, nel caso del reclamo scritto, deve fornire una risposta completa (motivata e documentata) entro 30³⁷ giorni solari dal ricevimento dello stesso.

Se queste condizioni non vengono rispettate, l'impresa deve riconoscere al cliente finale un indennizzo, trasferito automaticamente in bolletta, pari a 30 euro. Le imprese di distribuzione possono essere coinvolte con una richiesta di dati tecnici o per le prestazioni di propria competenza.

In caso di mancata risposta al reclamo entro i termini previsti dal TIQV da parte dell'impresa, o di risposta ritenuta insoddisfacente, il cliente può rivolgersi per risolvere il suo problema al Servizio Conciliazione clienti energia³⁸ o ad altro organismo ADR iscritto all'elenco di cui alla deliberazione 620/2015/E/com, modificato e integrato con la deliberazione 14 luglio 2020, 267/2020/E/com, e, per determinate fattispecie, ricorrere a delle precodificate procedure speciali presso lo Sportello per il Consumatore Energia e Ambiente³⁹.

Nel corso degli ultimi anni sono state svolte varie edizioni dell'indagine annuale volte a monitorare il giudizio e la soddisfazione dei clienti sui fattori di qualità, utili a enucleare le maggiori criticità percepite dai clienti nella trattazione da parte dei venditori dei loro reclami, in modo da disporre di dati per supportare eventuali azioni di miglioramento della tutela.

³⁷ Dal 2019, precedentemente lo standard era fissato in 40 giorni solari.

³⁸ Il Servizio Conciliazione è stato istituito dall'Autorità per mettere a disposizione dei clienti finali di energia elettrica e gas una procedura semplice e veloce di risoluzione di eventuali controversie con gli operatori, mediante l'intervento di un conciliatore appositamente formato in mediazione ed energia che aiuta le parti a trovare un accordo. Il Servizio Conciliazione è disponibile anche per i prosumer (produttori e consumatori di energia elettrica) per le eventuali controversie con gli operatori e il GSE. Il Servizio Conciliazione, gestito da Acquirente Unico per conto dell'Autorità, è gratuito e si svolge on line, in conformità con la normativa europea sull'energia e sulla risoluzione alternativa delle controversie (ADR - Alternative Dispute Resolution). Il Servizio Conciliazione è iscritto negli elenchi ADR e ODR europei in materia di consumo.

³⁹ Le procedure Speciali Risolutive per le controversie con il proprio fornitore su specifiche materie, in deroga al tentativo obbligatorio di conciliazione sono relative a: bonus luce e gas in caso di mancata o ritardata erogazione del bonus, contestazione di procedure di recupero del bonus; ritorno al precedente fornitore in caso di contratto ritenuto non concluso correttamente da parte dei clienti non domestici; corrispettivo di morosità (CMOR), a fronte di errori nelle procedure di addebito in assenza dei requisiti previsti dalla regolazione o di mancato annullamento del CMOR a seguito di avvenuto pagamento dell'intera posizione debitoria, doppia fatturazione a seguito di cambio fornitore, mancata erogazione di un indennizzo automatico dovuto dal fornitore entro le tempistiche previste dalla regolazione.

Poiché per essere efficace l'intervista telefonica deve avvenire entro pochi giorni dal momento in cui il cliente ha ricevuto la risposta al suo reclamo, i venditori di energia elettrica e gas partecipanti all'indagine, selezionati in base al numero di clienti e al numero di reclami gestiti nell'anno di riferimento, saranno tenuti a fornire l'elenco dei clienti che hanno inoltrato un reclamo ai quali è stata data risposta scritta nei precedenti 5-7 giorni lavorativi. Le istruzioni operative per i venditori che partecipano all'indagine seguono una dettagliata disciplina del trattamento dei dati nel pieno rispetto del GDPR⁴⁰.

La società di ricerca, entro massimo 5 giorni dal ricevimento delle liste di clienti da richiamare, realizzerà le interviste telefoniche previste dal piano di campionamento; le interviste saranno utilizzate per indagare la percezione presso i clienti del modo in cui il loro reclamo o la loro richiesta di informazione sono stati trattati e la soddisfazione complessiva; poi nel corso dell'intervista sarà richiesto loro di formulare un giudizio in relazione agli specifici fattori della qualità. Le interviste verranno realizzate in più *wave* nel corso dell'anno (minimo 6) per assicurare la 'freschezza' della risposta da parte del cliente intervistato.

Le indagini finora svolte avevano le seguenti caratteristiche:

- in esito all'indagine di soddisfazione per ogni venditore veniva determinato un valore stimato dell'ICS;
- partecipavano all'indagine i soli venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che avevano ricevuto, nell'anno di riferimento, un numero di reclami che permetteva di ottenere una lista di nominativi di intervistati necessari a garantire la quota riservata a ciascuna azienda nel periodo di indagine. Tale numero è stato determinato a inizio indagine sulla base dei dati sui reclami dichiarati dalle aziende nel periodo precedente⁴¹;
- veniva effettuata prevalentemente mediante la metodologia del *call-back*, attraverso un campionamento di clienti da intervistare, estratti da liste fornite dalle singole aziende di vendita che partecipano all'indagine, tra i clienti che hanno inoltrato un reclamo scritto o una richiesta di informazione scritta e che hanno ricevuto una risposta nell'arco di tempo comunicato all'azienda al massimo 5 giorni prima;
- veniva utilizzata marginalmente la metodologia CAWI al fine garantire la numerosità campionaria di base e quindi una migliore rappresentatività dei campioni per azienda di vendita, e con i delegati di cui si sono avvalsi i clienti per presentare il reclamo;
- la numerosità campionaria di base veniva stabilita all'inizio di ciascuna indagine, in base al numero di aziende partecipanti, al numero di reclami scritti o richieste di informazioni ricevute nell'anno n-1, al numero di clienti serviti, in modo tale da garantire la significatività statistica delle stime campionarie (indicativamente 200 interviste minime per azienda).

⁴⁰ La comunicazione dei dati di contatto dell'interessato dalla società di vendita alla società incaricata di effettuare l'indagine è necessaria, ai fini del contatto preliminare, per l'adempimento di un compito svolto nel pubblico interesse o per l'esercizio di pubblici poteri attribuiti all'ARERA, ovvero lo svolgimento di rilevazioni demoscopiche della soddisfazione dei clienti e dell'efficacia dei servizi previsto dalla legge istitutiva. Il trattamento è effettuato in base all'articolo 6, par. 1 lett. e) del GDPR e all'articolo 2-ter, comma 2 del Codice della Privacy.

⁴¹ Si vedano per maggiori informazioni le Istruzioni operative relative alla indagine di soddisfazione sulle risposte ai reclami e alle richieste di informazione (articolo 38 del TIQV) – anno 2022 <https://arera.it/it/docs/22/003-22dacu.htm>

Specifiche minime per la costruzione dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS

Obiettivo principale dell'indagine è quello di monitorare e misurare in maniera continuativa la soddisfazione dei clienti che hanno presentato un reclamo (o una richiesta di informazione) al proprio venditore di energia elettrica e gas e hanno ricevuto risposta.

Il monitoraggio è stato effettuato ai sensi dell'Allegato A del TIQV con cui l'Autorità per la Regolazione Energia Reti e Ambiente prevede l'effettuazione di una indagine di *customer satisfaction* per la verifica dell'efficacia del servizio reso dagli operatori.

Come esito dell'indagine è stato stimato un valore dell'Indice Complessivo di Soddisfazione dei clienti (ICS) per ognuna delle aziende di vendita partecipanti; l'ICS rappresenta un indice sintetico comprensivo delle valutazioni su tutti i diversi fattori di qualità percepita sottoposti al giudizio dei clienti intervistati.

Metodologie di selezione del campione e di rilevazione

Per verificare la soddisfazione dei clienti che hanno ricevuto una risposta a un reclamo o a una richiesta di informazione, l'indagine viene effettuata con la metodologia del *call back*, che consiste nel richiamare e intervistare a campione i clienti delle aziende di vendita di energia che hanno avuto esperienza diretta. La chiamata per l'intervista di verifica della soddisfazione avviene entro pochi giorni dal ricevimento della risposta scritta.

A questo scopo:

- tutte le aziende partecipanti all'indagine sono tenute a fornire l'elenco dei clienti che, nei precedenti 5-7 giorni prestabiliti secondo uno specifico calendario di campionamento, hanno ricevuto una risposta scritta;
- la società di ricerca entro 5 giorni dalla ricezione di tali elenchi realizza le interviste previste dal piano di campionamento.

Hanno partecipato all'indagine le sole aziende di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano registrato nell'anno precedente un numero di risposte reclami e richieste di informazioni sufficiente a generare un numero di interviste complete tali da soddisfare la quota (indicativamente per ogni edizione una quindicina di aziende per 400 interviste).

Alla luce dell'esperienza delle edizioni di indagine che nel frattempo verranno completate e in base ai nuovi dati sui reclami dichiarati dai venditori potranno essere determinate le soglie di partecipazione.

Per ogni azienda vengono calendarizzate nel periodo di indagine almeno 5 o 6 richieste di elenchi.

L'indicatore di Soddisfazione ICS e le procedure per calcolarlo

L'indicatore ICS viene calcolato secondo la seguente procedura:

- individuazione di 8 fattori di qualità percepita da sottoporre al giudizio degli intervistati unitamente a un giudizio generale "overall";
- utilizzo di una metrica relativa su 3 livelli base per la rilevazione dello stato di soddisfazione dell'intervistato sui singoli fattori di qualità percepita: peggiore rispetto alle aspettative; uguale rispetto alle aspettative; migliore rispetto alle aspettative;
- determinazione di un peso per i singoli fattori, determinato con una specifica domanda che riflette l'importanza che esplicitamente i clienti annettono a ciascun fattore; i pesi risultanti dalle ultime indagini sono riepilogati nella seguente tabella:

Tab. 3 Fattori della qualità e pesi (indagine sulla soddisfazione delle risposte scritte ai reclami)

Fattori della qualità	2022	2023	2024
La comprensibilità e chiarezza del linguaggio	15,1%	19,1%	15,3%
La precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza	10,6%	26,3%	12,5%
La precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo	10,9%	31,5%	10,7%
La chiara indicazione di un referente aziendale per chiarimenti	10,8%	34,9%	10,7%
Le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo	15,8%	38,3%	11,0%
La documentazione allegata	5,8%	24,3%	5,7%
La chiarezza sui tempi in cui il problema è stato o verrà risolto	16,2%	40,3%	18,4% ¹
La completezza delle indicazioni sui modi in cui il reclamo sarà risolto	14,9%	38,4%	15,8%

- si procede con la costruzione di un indicatore complessivo di soddisfazione, calcolato come media ponderata dei livelli di soddisfazione di ogni singolo fattore (dato dalla quota di intervistati che dichiarano di non avere percepito uno scarto negativo tra le proprie aspettative e quanto ricevuto) usando i pesi descritti;
- valutazione *ex post* di una stima del margine di errore, determinato mediante una procedura statistica di bootstrap su 1.000 campioni estratti con reimmissione a partire dal campione di indagine; il margine di errore è tanto maggiore quanto più elevata è la variabilità dell'indicatore in ciascun campione;
- determinazione del valore dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS da utilizzare ai fini della graduatoria, come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.
- per la determinazione dell'ICS di ogni singola azienda è stato sottratto dalla media campionaria l'errore statistico calcolato attraverso le procedure di *bootstrap*.

Il calcolo della stima dell'indice ICS

Il calcolo della stima dell'indice ICS è definito come segue:

Siano:

c il numero di fattori di soddisfazione,

v il numero di aziende di vendita oggetto d'indagine,

n_j il numero di clienti intervistati della *j*-esima aziende di vendita ($j=1..v$),

r_{ijk} la risposta sul livello di soddisfazione del *i*-esimo cliente del *j*-esimo fornitore per il *k*-esimo fattore ($i=1..n_j; j=1..v; k=1..c$), con valore 1 = inferiore alle aspettative, 2 = in linea con le aspettative o 3 = superiore alle aspettative,

s_{ijk} lo stato di soddisfazione del *i*-esimo cliente della *j*-esima azienda per il *k*-esimo fattore ($i=1..n_j; j=1..v; k=1..c$): assume valori 1 se $r_{ijk} = 2$ o 3, e 0 altrimenti,

w_k il peso del k -esimo fattore assegnato dai clienti ($k=1..c$), calcolato sulla base delle risposte alla domanda del questionario che chiede ai clienti stessi di indicare i tre fattori più importanti tra gli 8 valutati.

allora $n_{jk} = \sum_{i=1}^{n_j} n_{r_{ijk}}$ è la numerosità valida per la soddisfazione j -esima aziende di vendita per

il k -esimo fattore, e $s_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{n_j} S_{ijk}}{n_{jk}}$ è la *quota di clienti soddisfatti* j -esima aziende di vendita per il

k -esimo fattore; quindi l'indice ICS della j -esima aziende di vendita si calcola come:

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

2 Questionario “Indagine sulla qualità delle risposte scritte ai reclami” presso i clienti finali che hanno inoltrato un reclamo scritto e ricevuto una risposta

INTRODUZIONE

Buongiorno/Buonasera, sono <nome intervistatore> della società <Nome azienda> che è stata incaricata dall’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente della realizzazione di un’indagine di soddisfazione presso i clienti che hanno presentato un reclamo scritto alle aziende di vendita di energia elettrica e gas negli ultimi mesi e che hanno ricevuto una risposta scritta.

Il suo nominativo, ci è stato fornito da <nome azienda> presso la quale Lei ha presentato recentemente un reclamo scritto. Su indicazione dell’Autorità, se Lei acconsente le sottoporremo alcune domande al solo scopo di realizzare la presente indagine.

L’obiettivo dell’indagine è verificare la sua soddisfazione circa la risposta che ha ottenuto al reclamo presentato e se necessario migliorare il servizio.

I dati raccolti saranno elaborati in forma anonima e non sarà in alcun modo possibile risalire al suo nominativo e alle risposte che ci fornirà.

Lettura dell’Informativa Privacy

[Nota: Leggere informativa privacy sui dati personali trattati rimandando al sito internet dell’Autorità per l’informativa estesa e al numero verde dello Sportello del consumatore se desidera informazioni ulteriori, specificando che i dati sono cancellati alla fine dell’indagine e trattati in forma anonima]

Se necessita di ulteriori chiarimenti sugli scopi dell’indagine può trovare l’informativa sul trattamento dei dati personali ai sensi del Regolamento (UE) 2016/679 (c.d. GDPR) sul sito dell’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente www.arera.it/privacy-policy o al numero verde dello Sportello per il consumatore energia e ambiente 800.166.654.

La sua collaborazione è molto importante per migliorare il servizio. Tutte le domande che ora le farò si riferiscono alle risposte che ha ricevuto per l’ultimo reclamo a <citare nome azienda della lista di provenienza>.

[NOTA PER L’INTERVISTATORE: Se l’intervistato dichiara di non aver ancora ricevuto risposta scritta al reclamo, fissare un appuntamento per una data successiva]

[Nota per scriptwriter: prevedere un’uscita “non ho mai fatto nessun reclamo scritto”]

SEZIONE: INFORMAZIONI GENERALI

S.0. [DA SAMPLE] AZIENDA DI VENDITA

S.1. [DA SAMPLE – CAMPO 7] MODALITÀ DI RISPOSTA

S.2. In primo luogo, le chiederei se Lei è il cliente titolare del contratto che ha presentato il reclamo o la persona delegata dal cliente per presentare il reclamo

1. Il cliente titolare del contratto
2. Un delegato ‘professionale’ [associazione dei consumatori, avvocato, commercialista etc.]
3. Un delegato (figlio, parente, amico, referente azienda)

S.3. Può indicarmi se il reclamo scritto che ha presentato (o che ha presentato per conto di.....) riguardava un’utenza privata oppure business?

1. Privata
2. Business

SEZIONE A: MOTIVI PER CUI È STATO FATTO IL RECLAMO E GENERALE LIVELLO DI SODDISFAZIONE

A.1. Innanzitutto, può dirmi i motivi per cui ha presentato il reclamo scritto a [S.0 AZIENDA DI VENDITA]? [RISPOSTA MULTIPLA – SPONTANEA - NON LEGGERE]

[NOTA: la lista che segue rappresenta la post codifica che deve essere fatta a cura dell’intervistatore (segue la classificazione della tabella 5 del TIQV, è un riferimento agli intervistatori per codificare la risposta spontanea del cliente)]

1. Contratti (Recesso / Volture / Subentri / Modifiche unilaterali del venditore)
2. Morosità o sospensione della fornitura (tra cui: addebito di fatture insolute o arretrate del vecchio fornitore)
3. Mercato (Presunti contratti non richiesti / Cambio fornitore / Condizioni economiche nuovi contratti / Doppia fatturazione)
4. Fatturazione (Autolettura / Ricalcoli/ Consumi stimati errati / Periodicità fattura di chiusura / Pagamenti e rimborsi)
5. Misura (Cambio misuratore / Verifica misuratore o ricostruzioni dei consumi / Mancate letture...)
6. Conessioni lavori e qualità tecnica (Preventivi / Attivazioni / Lavori / Continuità / Valori tensione o pressione / Sicurezza)
7. Bonus Sociale (Validazioni / Cessazioni / Erogazioni)
8. Qualità commerciale (Servizio clienti – *call Center*, sportelli altri servizi / Indennizzi/Accesso servizi online)
9. Altro (specificare) _____

[Codificare accuratamente i motivi che verranno utilizzati in fase di elaborazione dei risultati sui livelli di soddisfazione per analizzare se esistono relazioni]

A.2. Prima di presentare questo reclamo scritto ha tentato di risolvere il problema in un altro modo? [RISPOSTA MULTIPLA – SPONTANEA - NON LEGGERE; LA MODALITÀ 7 ESCLUDE TUTTE LE ALTRE]

1. Si è rivolto al *call center* dell'azienda
2. Ha mandato un precedente reclamo scritto
3. Si è rivolto a un'Associazione dei consumatori
4. Si è rivolto allo Sportello per il consumatore dell'Autorità per avere informazioni
5. Si è rivolto al suo legale di fiducia / commercialista
6. Si è rivolto allo sportello/ufficio dell'azienda/venditore
7. Altro (specificare) _____
8. Ha scritto subito il reclamo

A.3. Lei dovrebbe avere ricevuto una [S.1 MODALITÀ DI RISPOSTA: risposta scritta o e-mail] con cui veniva comunicato l'esito del suo reclamo.

Si ricorda quanto tempo è passato dalla presentazione del reclamo alla ricezione della risposta?

1. Una o due settimane
2. Tra due settimane e un mese
3. Oltre un mese ma meno di tre mesi
4. Oltre tre mesi
5. Non ricordo
6. Non ho ancora ricevuto risposta à FISSARE UN APPUNTAMENTO

[SE A.3. < 5]

A.4. Questo tempo di risposta secondo Lei è:

1. Adeguato
2. Un po' lungo ma accettabile
3. Eccessivamente lungo

A.5. A prescindere dalla risoluzione del problema segnalato dal reclamo, la risposta che ha ricevuto Lei la giudica nel complesso:

1. Totalmente soddisfacente
2. Abbastanza soddisfacente
3. Insoddisfacente
4. Gravemente insoddisfacente

[SE A.5. > 2]

A.6. Quali sono i motivi principali per cui giudica insoddisfacente la risposta?

[RISPOSTA APERTA – MULTIPLA - SPONTANEA]

[NOTA: Possibili post codifiche a cura dell'intervistatore]

1. Non hanno risolto il problema che avevo presentato
2. Non hanno risposto ai veri motivi del mio reclamo
3. Sono stati poco chiari/trasparenti nelle risposte
4. Non mi hanno dato la possibilità di chiedere spiegazioni sulla risposta fornita
5. La risposta riguardava solo una parte del mio reclamo
6. Mi hanno risposto che la responsabilità del disservizio/problema segnalato non è di loro competenza
7. Tempi di risposta troppo lunghi
8. Risposte incoerenti tra i diversi canali di contatto

9. Altro (specificare) _____

SEZIONE B: CUSTOMER SATISFACTION SULLA RISPOSTA AL RECLAMO

Entriamo ora più nel dettaglio E IN PARTICOLARE SUGLI ASPETTI RELATIVI ALLA RISPOSTA SCRITTA CHE HA RICEVUTO.

Le indicherò ora una serie di aspetti e di fattori di qualità. Lei dovrebbe dirmi se, secondo la sua esperienza diretta considera ciascun fattore adeguato, migliore o peggiore rispetto alle sue aspettative.

B.1. Elenco fattori QUALITÀ

1. La comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta
2. La precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo
3. La precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato
4. La chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti
5. Le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo
6. La documentazione allegata
7. La chiarezza sui tempi in cui il problema verrà risolto
8. La completezza delle indicazioni sui modi in cui il problema verrà risolto

B.2. Elenco fattori QUALITÀ

9. [SE A.1 = 2 – MOROSITÀ] La completezza della documentazione inviata dall'azienda in relazione alle fatture insolute e alla procedura di messa in mora

10. [SE A.1 = 4 – ERRORI DI FATTURAZIONE] Il dettaglio e la chiarezza dei meccanismi di ricalcolo degli importi della fattura

11. [SE A.1 = 5 – ERRORI DI MISURA] La precisione della documentazione di dettaglio fornita in merito a tempistiche e modalità di rilevazione dei consumi effettivi e/o di calcolo dei consumi stimati

<I fattori di soddisfazione sono presentati secondo lo schema seguente:>

1. Adeguato
2. Migliore
3. Peggiore B.2.A.

B.2.A. Questa mancanza per Lei quanto è grave, me lo indichi con un voto che va da 1 a 5, dove 1 è "poco grave" e 5 è "gravissimo"

[1] [2] [3] [4] [5]

4. Non applicabile Solo per B.1 cod.6 La documentazione allegata

B.3. Tra i fattori di qualità specifici sui quali abbiamo raccolto il suo giudizio mi può dire i tre più importanti?

[RISPOSTA APERTA – INDICARE MAX 3]

[NOTA: La post codifica dell'intervistatore dovrebbe attenersi il più possibile ai fattori di qualità sui quali si è raccolto il giudizio per poter elaborare il ranking di importanza dei diversi fattori di qualità al fine del calcolo del CSI.]

1. La comprensibilità e chiarezza del linguaggio utilizzato nella risposta
2. La precisione e completezza dei riferimenti relativi all'utenza per cui ha presentato il reclamo
3. La precisione e completezza dei riferimenti ai motivi del reclamo presentato
4. La chiara indicazione di un referente aziendale per eventuali ulteriori chiarimenti
5. Le motivazioni fornite dall'azienda per considerare fondato o infondato il reclamo
6. La documentazione allegata
7. La chiarezza sui tempi in cui il problema verrà risolto
8. La completezza delle indicazioni sui modi in cui il problema verrà risolto

[FATTORI FILTRATI SOLO SE A1 =2 o 4 o 5]

9. [SE A.1 = 2 – MOROSITÀ] La completezza della documentazione inviata dall'azienda in relazione alle fatture insolute e alla procedura di messa in mora

10. [SE A.1 = 4 – ERRORI DI FATTURAZIONE] Il dettaglio e la chiarezza dei meccanismi di ricalcolo degli importi della fattura
11. [SE A.1 = 5 – ERRORI DI MISURA] La precisione della documentazione di dettaglio fornita in merito a tempistiche e modalità di rilevazione dei consumi effettivi e/o di calcolo dei consumi stimati
12. Oltre a quelli citati c'è qualche altro fattore che vuole indicarci? _____

SEZIONE C: INDICAZIONE DI RESPONSABILITÀ DEL DISTRIBUTORE O ALTRI SOGGETTI, CONOSCENZA STANDARD E INDENNIZZI

C.1. Nella risposta scritta che ha ricevuto l'azienda ha indicato anche responsabilità di altri enti o organizzazioni quali per esempio la società di distribuzione dell'energia o del gas?

1. Sì
2. No

[SE C.1. = 1]

C.2. Secondo Lei le informazioni fornite a proposito sono state

1. Molto chiare
2. Abbastanza chiare
3. Poco chiare
4. Per nulla chiare

C.3. Lei sa che esistono degli standard di qualità della risposta ai reclami e che se l'azienda viola questi standard il cliente ha diritto a degli indennizzi automatici?

1. Sì
2. Ne ho sentito parlare ma non saprei quali sono
3. No

[SE C.3. = 1]

C.4. Lei sa cosa riguardano questi standard? [NON SUGGERIRE]

1. I tempi di risposta ai reclami
2. La completezza delle risposte scritte
3. La comprensibilità delle risposte scritte
4. Altro (specificare) _____

C.5. Nella risposta scritta che ha ricevuto ha visto anche le informazioni sugli indennizzi spettanti al cliente per il mancato rispetto da parte dell'azienda degli standard sui tempi di risposta?

1. Sì
2. No

[SE C.5. = 1]

C.6. Secondo Lei le informazioni fornite a proposito sono state

1. Molto chiare
2. Abbastanza chiare
3. Poco chiare
4. Per nulla chiare

C.7. Ad oggi, il problema segnalato nel reclamo è stato risolto?

1. Sì, del tutto
2. Sì, in parte
3. No

SEZIONE X: DOMANDE ANAGRAFICHE

A tutti COMUNE dell'utenza _____

[Questa informazione dovrebbe pervenire dall'azienda di vendita nel DB. Se non fosse presente, chiederlo all'intervistato]

X.0 Può indicarmi il Comune dove è ubicata l'utenza per la quale ha presentato il reclamo?

(lista precodificata)

A tutti

X.1. Abbiamo quasi finito. Qual è la sua professione?

1. Operaio
2. Impiegato/Quadro
3. Insegnante/Docente universitario
4. Dirigente
5. Imprenditore
6. Consulente/Libero professionista
7. Commerciante
8. Artigiano
9. Agricoltore
10. Altro Autonomo
11. Disoccupato/In cerca di prima occupazione
12. Casalinga
13. Pensionato
14. Altro in condizione non professionale [studente, benestante, ...]
15. Non indica

X.2. Il suo ultimo titolo di studio è: [LEGGERE]

1. Laurea
2. Diploma superiore
3. Diploma inferiore
4. Licenza elementare/Nessuna scuola
5. [non leggere] Non indica

X.3. Qual è la sua età?

1. Meno di 24 anni
2. 25-34 anni
3. 35-44 anni
4. 45-54 anni
5. 55-64 anni
6. 65-74 anni
7. 75-84 anni
8. 85 anni e oltre
9. [non leggere] Non indica

X.4. [senza chiedere] Sesso dell'intervistato

1. Uomo
2. Donna

[SE S.3. = 2 – BUSINESS]

X.5. Qual è il numero di addetti, Lei compreso, dell'Azienda per cui lavora?

1. 1 addetto
2. 2 addetti
3. 3-5 addetti
4. 6-9 addetti
5. 10-19 addetti
6. 20-49 addetti
7. 50-249 addetti
8. 250 e oltre
9. Non indica

La ringrazio della collaborazione e Le auguro una buona giornata/serata.

3 Statistiche sul *field*

Nella seguente tabella sono riportate alcune statistiche sui dati forniti dalle imprese di vendita necessari per il campionamento.

Tab. 2 Campione, caratteristiche, esito contatti e interviste

	2022	%	2023	%	2024	%
Totale nominativi validi ricevuti	46.086	100%	42.020	100%	48.542	100%
Rifiuto	1.383	3%	4.092	12,20%	4.496	10%
Interrotta	461	1%	637	1,90%	936	2%
Appuntamento	461	1%	570	1,70%	143	0%
Numero inesistente o errato, fax	922	2%	1.375	4,10%	1.304	3%
Fuori target	1.374	3%	101	0,30%	247	1%
Altri contatti senza successo	32.260	70%	14.288	42,60%	22.309	52%
Interviste complete	9.217	20%	13.520	32,1%	13.674	28%