

ISTRUZIONI OPERATIVE
PER LA PARTECIPAZIONE ALL'INDAGINE SULLA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI
FINALI DI ENERGIA ELETTRICA E GAS CHE SI RIVOLGONO AI CALL CENTER

(articolo 31 del “Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV)” Allegato A alla deliberazione dell’Autorità 21 luglio 2016, 413/2016/R/com e smi)

Premessa

L’Autorità per la Regolazione di Energia, Reti e Ambiente effettua annualmente un'**indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center** dei venditori di energia elettrica e gas, come previsto dall’articolo 31 del Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale (TIQV) di cui all’Allegato A alla deliberazione dell’Autorità 413/2016/R/com e smi.

Di seguito vengono illustrate nel dettaglio le modalità per la partecipazione all’indagine e le istruzioni operative per l’effettuazione della stessa.

Si rammenta che l’indagine ha le seguenti caratteristiche:

- viene effettuata dalla società incaricata dall’Autorità a seguito di aggiudicazione¹ della procedura di gara telematica aperta in ambito comunitario CIG 7978425497 finalizzata all’affidamento di servizi di ricerca di mercato in tema di qualità dei servizi, tutela ed informazione dei consumatori, mercati energetici liberalizzati;
- in esito all’indagine per ogni venditore è determinato un valore stimato dell’indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS;
- partecipano all’indagine semestrale i soli venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano ricevuto, nell’anno precedente, un numero medio di chiamate

¹ Con la determinazione 18 febbraio 2020 08/DAGR/2020 è stata aggiudicata al costituendo raggruppamento tra le imprese IZI S.p.a. (mandataria) e Centro Statistica Aziendale S.r.l. (mandante) la procedura di gara telematica aperta in ambito comunitario CIG 7978425497 finalizzata all’affidamento di servizi di ricerca di mercato in tema di qualità dei servizi, tutela ed informazione dei consumatori, mercati energetici liberalizzati.

La determinazione 12 giugno 2020 40/DAGR/2020 ha preso atto dell’efficacia, ai sensi dell’art. 32, comma 7, del Codice degli Appalti dell’aggiudicazione della procedura di gara telematica aperta CIG 7978425497 disposta dalla determinazione 08/DAGR/2020 in favore del costituendo raggruppamento tra le imprese IZI S.p.a. (mandataria) e Centro Statistica Aziendale S.r.l. (mandante).

Il contratto è stato sottoscritto e stipulato con sottoscrizione digitale tra l’Autorità, in persona del Direttore della Direzione Affari Generali e Risorse, sig. Massimo Donghi, giusta delega del Direttore della Direzione Affari Generali e Risorse del 29 novembre 2019, e il Raggruppamento temporaneo di imprese (di seguito: R.T.I.) formalmente costituito - giusta atto dell’1° luglio 2020 registrato all’Ufficio Registro di Palestrina (Roma) il 2 luglio 2020 al n. 753 serie 1T - tra la società IZI S.p.a. (mandataria) con sede e domicilio fiscale in Roma, via Cornelio Celso n. 11, c.a.p. 00161, e la società Centro Statistica Aziendale S.r.l. (mandante) con sede e domicilio fiscale in Firenze, via Atto Vannucci n. 7, c.a.p. 50134, rappresentato dal Legale Rappresentante della società mandataria IZI S.p.a.

In data 9 giugno 2022 la società IZI S.p.a. ha accettato la proroga tecnica di 12 mesi del contratto CIG 7978425497, espressamente prevista dall’art. 3 del citato Contratto.

telefoniche di almeno 400/giorno, calcolato con riferimento al numero dei giorni di apertura del call center nell'anno precedente;

- è effettuata mediante la metodologia del call-back, attraverso il campionamento, da liste fornite dai venditori che partecipano all'indagine, dei clienti finali ai sensi del TIQV che si sono rivolti ai call center e che hanno parlato effettivamente con un operatore del call center;
- la numerosità campionaria di base viene stabilita all'inizio di ciascuna indagine in base al numero di partecipanti e al numero di clienti serviti da ciascun venditore con modalità tali da garantire adeguata rappresentatività del campione di interviste;
- è prevista la possibilità per i venditori partecipanti di aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto alla quota prevista dall'Autorità (determinata in base ai criteri numero di aziende partecipanti e al numero di clienti serviti), acquistando a proprie spese **lotti di interviste aggiuntive** (uno o più lotti, multipli di n. 300 che verranno effettuate con la stessa metodologia).

Le presenti istruzioni operative sono valide per l'edizione dell'indagine che viene effettuata nell'anno 2022 e tengono conto dell'esperienza delle indagini svolte precedentemente.

1. Venditori coinvolti nell'indagine

Partecipano all'indagine i soli venditori di energia elettrica e/o di gas **con più di 50.000 clienti finali²** che abbiano ricevuto nell'anno precedente un **numero medio di chiamate telefoniche superiore a 400/giorno**.

I venditori di energia elettrica e di gas che hanno raggiunto la soglia di clienti prevista per la partecipazione, ma che hanno un numero medio di chiamate telefoniche inferiore a 400/giorno (secondo i dati comunicati con riferimento all'anno 2021), sono esonerati dall'indagine.

I venditori di energia elettrica e/o di gas che ricadono nelle condizioni di **esonero** dall'indagine (in base ai dati già comunicati all'Autorità) non verranno abilitati all'area operativa e, di conseguenza, non parteciperanno all'indagine. Ai fini dell'esonero, verranno infatti considerati i dati già comunicati relativi alle chiamate ricevute ai propri call center nell'anno precedente.

L'esonero dall'indagine NON comporta l'esclusione dall'obbligo della comunicazione dei dati di qualità dei servizi telefonici secondo le scadenze semestrali (28 febbraio e 30 settembre di ciascun anno) previste dal TIQV.

2. Comunicazione di dati necessari per la partecipazione all'indagine (Modulo per la partecipazione all'indagine)

I venditori di energia elettrica e/o di gas che partecipano all'indagine verranno abilitati all'accesso all'area operativa (verranno considerati i dati già comunicati relativi alle **chiamate ricevute** ai propri call center nell'anno precedente già trasmessi all'Autorità) e trasmettono le sole informazioni di base necessarie, compilando il modulo per la partecipazione (*Allegato 1*).

Il numero di clienti finali e il numero di chiamate ricevute già trasmessi all'Autorità saranno considerati per determinare il campione e la quota di interviste per ciascuna azienda.

² La soglia di clienti finali si intende raggiunta, secondo quanto previsto dall'articolo 30.3 e 30.4 del TIQV, conteggiando la somma dei clienti finali alimentati in bassa tensione per il servizio elettrico e in bassa pressione per il servizio gas.

Il modulo dovrà essere **caricato nell'Area operativa** dedicata all'indagine (**cf. successivo paragrafo 6**) nella fase iniziale. A tal fine le aziende abilitate all'accesso della predetta Area operativa ricevono una mail che le informa dell'avvio dell'indagine.

Le informazioni che dovranno essere fornite attraverso il modulo riguardano:

- **i numeri telefonici** dei *call center* interessati dall'indagine;
 - nel caso sia messo a disposizione dei clienti più di un numero telefonico, occorrerà specificare per ciascuno di essi a quale tipologia di clientela sono dedicati e i giorni in cui è attivo il servizio con operatore (es: lunedì-venerdì o lunedì-sabato o lunedì-domenica);
 - nel caso in cui l'impresa di vendita abbia più numeri telefonici di call center differenziati in base alla tipologia della clientela, il file dati che verrà fornito dovrà contenere i dati relativi alle chiamate pervenute a tutti i numeri di call center interessati dall'indagine (indicando, nell'apposito campo 8 del file excel trasmesso, a quale numero telefonico si riferisce la chiamata);
- l'**eventuale** numero di **lotti di interviste aggiuntive** che il venditore intende acquistare (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste);
- il nominativo e il recapito telefonico del **referente** aziendale per lo svolgimento dell'indagine, da contattare in caso di necessità di informazioni urgenti. E' necessario indicare uno o più referenti, che siano reperibili e informati dell'indagine per permettere la risoluzione tempestiva di problematiche che dovessero insorgere nel corso dello svolgimento della stessa.

3. Compartecipazione all'indagine (acquisto di lotti aggiuntivi)

Ai sensi comma 31.3 del TIQV, per ogni venditore, in esito a ciascuna indagine semestrale, sarà 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 dall'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

Il comma 31.4 del TIQV prevede che le imprese di vendita possano contribuire con proprie risorse finanziarie all'effettuazione di interviste aggiuntive, al fine di **ridurre il margine di errore di stima a parità di livello di confidenza**.

Le imprese di vendita, partecipanti all'indagine, interessate ad aumentare il numero delle interviste effettuate, rispetto al minimo assicurato dall'Autorità (e determinato in base al numero di aziende partecipanti, al numero di clienti e al numero di chiamate ricevute) **possono acquistare lotti di interviste aggiuntive** (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia della quota di base.

La stima puntuale dell'indice ICS ed il relativo intervallo di confidenza saranno calcolati su tutte le interviste effettuate (minimo di base più i lotti aggiuntivi eventualmente richiesti).

Le imprese che intendono avvalersi della possibilità di ampliare il numero di interviste dovranno comunicare attraverso il modulo di partecipazione il numero di lotti che intendono acquistare al prezzo determinato dalla gara condotta dall'Autorità, fissato in **2.500,00 Euro più Iva a lotto**.

La società di ricerca confermerà direttamente alle aziende l'ordine e l'importo complessivo (in relazione al numero di lotti acquistati), che verrà successivamente **fatturato direttamente alle imprese stesse**.

4. Svolgimento dell'indagine

La società di ricerca che effettua l'indagine stabilirà un calendario di indagine, in relazione al numero delle aziende partecipanti, che prevede che ogni venditore debba essere interessato dall'indagine 6 volte e in un numero di giornate doppio rispetto alle giornate in cui è aperto il call center (due lunedì, due martedì, etc.; due sabati solo per i venditori il cui call center è aperto il sabato³). L'indagine si svolgerà su un arco di un minimo di 8 settimane ad un massimo di 12-18 settimane (considerando le festività e ponti distribuiti nel periodo di svolgimento dell'indagine).

Nel corso dell'indagine, verranno richiesti con un preavviso di 3 giorni lavorativi:

- a) alle imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a venerdì, 6 *file* di dati di cui 4 riferiti a coppie di giorni (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì) e 2 riferiti a un'unica giornata della settimana (venerdì);
- b) alle imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a sabato, 6 *file* di dati riferiti alle chiamate ricevute per coppie di giornate (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, venerdì e sabato) della settimana;
- c) alle imprese il cui *call center* è aperto da lunedì a domenica, 6 *file* di dati riferiti alle chiamate ricevute per gruppi di giornate della settimana, aggregando la domenica al sabato (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, da venerdì a domenica).

I file di dati forniti dai venditori alla società di ricerca e necessari all'effettuazione dell'indagine, per motivi di tempestività e sicurezza dei trattamenti vengono trasmessi unicamente attraverso l'apposita **Area operativa** dedicata all' "Indagine Call Center", tramite la quale ogni esercente avrà accesso alla propria partizione (cfr. successivo paragrafo 6).

5. Modalità di richiesta e trasmissione dei files contenenti gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center

Per l'effettuazione dell'indagine e il campionamento dei clienti che si sono rivolti ai call center che hanno effettivamente parlato con un operatore, verranno richiesti **gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center**, con un preavviso di **3 giorni lavorativi secondo le seguenti modalità:**

Apertura del call center/servizio telefonico	Dati richiesti nel corso dell'indagine
da lunedì a venerdì	6 <i>files</i> di dati di cui 4 riferiti a coppie di giorni (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì) e 2 riferiti a un'unica giornata della settimana (venerdì)
da lunedì a sabato	6 <i>files</i> di dati riferiti alle chiamate ricevute per coppie di giornate (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, venerdì e sabato)
da lunedì a domenica	6 <i>files</i> di dati riferiti alle chiamate ricevute per gruppi di giornate della settimana, aggregando la domenica al sabato (lunedì e martedì, mercoledì e giovedì, da venerdì a domenica)

Le comunicazioni con le lettere/richiesta dei dati e la trasmissione dei files contenenti gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center, tra le aziende di vendita e la società di ricerca che effettua

³ I venditori che hanno servizi telefonici e call center aperti anche la domenica aggregano le chiamate della domenica al gruppo di giorni venerdì e sabato.

l'indagine, **avvengono**, per motivi di sicurezza, privacy e tempestività di informazione, **unicamente** attraverso l'**Area operativa** dedicata all'indagine e alla partizione dedicata ad ogni venditore (cfr. successivo paragrafo 6).

6. Accesso all'area operativa dedicata all'indagine, creazione e gestione di utenze e email di notifica/avviso.

Per l'effettuazione dell'indagine viene utilizzata "**l'Area operativa per l'indagine dei call center**", tramite la quale **ogni esercente avrà accesso alla propria partizione dedicata**.

L'Area operativa è accessibile unicamente alle persone autorizzate, utilizzando le modalità previste dall'Anagrafica Operatori⁴. Le imprese di vendita interessate si assicurano che i propri dipendenti e comunque le persone autorizzate al trattamento dei dati personali si siano impegnati alla riservatezza e abbiano ricevuto adeguate istruzioni e formazione con riferimento alla protezione dei dati personali. Come detto, anche i *files* contenente i nominativi e i telefoni dei clienti devono essere trasmessi dalle aziende alla società che svolge l'indagine **unicamente** tramite l'area operativa appositamente predisposta. E' responsabilità dell'impresa di vendita assicurarsi che al caricamento nell'area operativa di documenti le notifiche automatiche con l'avviso dell'inserimento di documenti di rilevanza per l'indagine siano visionate tempestivamente.

Con un preavviso di **3 giorni lavorativi** rispetto alla data per la quale sono richiesti i dati (l'elenco dei clienti che hanno parlato con un operatore nelle date indicate) la società di ricerca salverà nella Sezione dell'azienda interessata una lettera/comunicazione con la richiesta del *file* di dati relativo alla coppia di giorni (o al giorno o alla terna di giorni) indicati/o nella richiesta stessa.

Il sistema telematico provvederà in automatico ad inviare una e-mail di avviso agli indirizzi e-mail presenti nel sistema deputati dall'impresa di vendita per l'accesso all'area operativa⁵.

L'impresa di vendita è tenuta a rendere disponibile il file dati (elenco dei clienti) nella propria sezione dell'Area di lavoro **entro il secondo giorno lavorativo** successivo alla data a cui si riferisce il file.

Il sistema telematico provvede in automatico ad inviare una e-mail di conferma della messa a disposizione da parte dell'impresa di vendita del file dati alla società di ricerca e per conoscenza all'Autorità.

7. Effettuazione dei test di prova per l'area operativa

Le imprese di vendita che partecipano all'indagine per la prima volta dovranno testare il corretto funzionamento dell'**Area operativa dedicata**, in modo tale da verificare la conformità del file di dati alle istruzioni (si veda per il dettaglio la *Tabella 1* di cui al presente Allegato A).

Prima dell'avvio dell'indagine, per permettere alla società di ricerca di testare il corretto funzionamento del processo e apportare gli eventuali correttivi, potrebbero svolgersi, solo se necessario, test iniziali coinvolgenti anche le aziende che hanno già partecipato all'indagine in edizioni precedenti.

Nella fase di test le imprese dovranno attenersi alle regole di trasmissione di cui ai punti 5, 6 e 7 ed inserire nell'IVR l'informativa di cui al successivo punto 10.

⁴ L'Anagrafica operatori è il sistema informativo dell'Autorità per l'accesso ai servizi telematici resi disponibili ai venditori. Attraverso il sistema sono state unificate tutte le procedure di accesso attraverso l'utilizzo dei certificati digitali intestati a persone fisiche.

⁵ Si raccomanda la verifica periodica delle email di notifica per il periodo di indagine.

La fase di test iniziale è utile anche alle aziende per comunicare **eventuali anomalie informatiche** riscontrate (Help desk al numero verde 800.707.337 o in alternativa all'indirizzo di posta elettronica: infoanagrafica@arera.it).

Nel caso in cui la fase di test produca un rapporto di check dei file trasmessi con “**non conformità**”, le aziende interessate dovranno risolvere le anomalie ed inviare un nuovo file alla società di ricerca prima dell'inizio dell'indagine.

8. Contenuto e formato degli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center

Per lo svolgimento dell'indagine, ognuna delle aziende di vendita partecipanti dovrà rendere disponibile, su richiesta della società di ricerca, **un file in formato Excel** contenente i campi riportati nella *Tabella 1*, di cui al presente Allegato 1, per ciascuna delle chiamate telefoniche al *call center* che hanno dato luogo ad una conversazione con l'operatore e che sono oggetto dell'indagine.

Per agevolare la rintracciabilità dei file si suggerisce di **nominare i file excel contenente i dati con la seguente denominazione: “nomeazienda_ggmmaa.xls”**, dove ggmmaa è la data del **primo giorno** della coppia (giorno singolo o terna) di giorni alla quale si riferiscono i dati contenuti nel file.

Le liste di clienti trasmesse alla società di ricerca dovranno **rigorosamente** essere **depurate dai nominativi dei clienti** che, durante la chiamata telefonica di verifica preliminare (cfr. il successivo paragrafo 10), non hanno manifestato la disponibilità ad **essere richiamati** ai fini dell'Indagine e dai nominativi dei clienti che, **in base ai dati contrattuali** in possesso dei venditori, **non desiderano partecipare ad indagini** (nel rispetto della normativa vigente sulla Privacy e il trattamento di dati personali).

Trattandosi di metodologia *call-back* la persona da intervistare è esattamente la persona che ha parlato con l'operatore telefonico del *call center*; pertanto, la società di ricerca dovrà tentare un numero minimo di contatti; secondo le procedure di richiamata previste dal “Capitolato tecnico e relativa Appendice”⁶ le liste fornite dalle aziende partecipanti conterranno almeno **5 o 6 volte il numero dei clienti da intervistare**.

Di seguito sono fornite le **Istruzioni di dettaglio** per la popolazione di ciascun campo del singolo file da trasmettere (cfr. Tabella 1 in calce).

ISTRUZIONI DI DETTAGLIO PER IL FILE IN FORMATO EXCEL

La prima riga del file deve contenere il nome dei campi (campo 1, campo 2, campo 3,.....campo 8); non devono essere presenti altre righe di intestazione. Per ogni campo è specificata di seguito la funzione e il dettaglio del formato.

Campo 1 - Codice progressivo o il codice univoco

Per ogni chiamata telefonica (per ogni riga) dovrà essere indicato un **codice progressivo o il codice univoco** che identifica la chiamata all'interno dell'archivio completo contenente i dati della giornata presa in esame e dal quale è stato estratto il file dati.

Il codice univoco è richiesto in particolare per le imprese di vendita con più di 1 milione di clienti che si avvalgono della facoltà di cui al successivo punto 10.

N. B. Il codice potrà essere utilizzato per eventuali controlli successivi.

⁶ Cfr. la determinazione 145/DAGR/2018, finalizzata all'affidamento di un contratto per lo svolgimento di servizi di ricerca di mercato.

Il campo 1 ha formato alfanumerico.

Campo 2 - Nome e cognome

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **nome e cognome** del cliente che ha chiamato il call center ovvero della persona che ha effettivamente parlato con un operatore del *call center* (che può o meno coincidere con il titolare del contratto; per semplicità, è richiesto solo il nome della persona che ha effettivamente parlato con l'operatore e non anche il nome del titolare del contratto).

Il campo con il nome del chiamante deve contenere il nome ed il cognome.

Le liste di clienti che hanno parlato con operatore dovranno essere **depurate** dai nominativi dei clienti che durante la chiamata telefonica hanno espresso la volontà di non essere richiamati per l'effettuazione dell'indagine. Se la mancanza del nome è riferita al fatto che il cliente non vuole essere richiamato occorre **cancellare il record**. Al posto di nome e cognome non devono essere riportate altre frasi.

Il campo 2 ha formato alfanumerico.

Campo 3 - Servizio

Ogni chiamata telefonica verrà **classificata** con riferimento ad uno dei seguenti servizi:

- a) chiamata per il **servizio elettrico**, classificato come "1";
- b) chiamata per il **servizio gas**, classificato come "2";
- c) chiamata per i servizi **elettrico e gas**, classificato come "3", qualora nella conversazione siano stati trattati entrambi i servizi.

Eventuali chiamate relative a **servizi diversi** dai servizi elettrico e gas (es.: aziende multiservizi) non saranno sottoposte ad indagine e pertanto non dovrebbero essere contenute nel file dati; qualora inserite, andranno contrassegnate con "0" e verranno comunque eliminate dalla società di ricerca.

Il campo 3 ha formato numerico.

Campo 4 - Data

Dovrà essere indicata la **data** in cui è avvenuta la chiamata telefonica.

Il campo 4 ha formato gg/mm/aaaa.

Campo 5 - Fascia oraria

Ogni chiamata telefonica verrà classificata in base al momento del suo inizio con riferimento ad una delle seguenti **fasce orarie**:

- a) entro le 11.00, classificata come "1";
- b) dopo le 11.00 ed entro le 14.30, classificata come "2";
- c) dopo le 14.30 ed entro le 16.30, classificata come "3";
- e) dopo le 16.30 ed entro le 18.30, classificata come "4";
- f) dopo le 18.30, classificata come "5".

Il campo 5 ha formato numerico.

Campo 6 – Recapito telefonico

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **recapito telefonico** del chiamante o quello del cliente titolare del contratto riportato nell'archivio dati dell'azienda.

Il campo 6 dovrà essere reso disponibile in **formato testo** in modo da non perdere il numero "0" all'inizio dei numeri da rete fissa; deve essere completo e comprensivo del prefisso; deve esserci un solo numero di telefono; sono ammessi i seguenti separatori spazio; trattino (-); slash (/).

Campo 7 - Contratto

Ogni chiamata telefonica verrà **classificata** in base ad una delle seguenti condizioni:

- a) **contratto instaurato**, inteso come chiamata da parte di un cliente con contratto sottoscritto o comunque con approvazione telefonica anche in attesa di firma, classificata come “1”;
- b) **contratto da instaurare**, in tutti gli altri casi, classificata come “2”.

Il campo 7 ha formato numerico.

Campo 8 – Numero di call center

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato a quale **numero telefonico di call center** si riferisce la chiamata, nel caso in cui i numeri telefonici interessati dall’indagine siano più di uno. Nel caso di unico numero telefonico di *call center*, il campo può essere *blank*.

9. Estrazione campionaria dei dati per i venditori con più di un milione di clienti finali

Per le imprese di vendita con più di un milione di clienti finali (complessivi su più numeri telefonici), il file dati potrà contenere un’estrazione campionaria delle chiamate pervenute al call center nelle giornate richieste secondo le seguenti regole:

- a) almeno una chiamata ogni 20 per imprese con più di 10.000.000 di clienti finali;
- b) almeno una chiamata ogni 10 per imprese con più di 5.000.000 di clienti finali;
- c) almeno una chiamata ogni 5 per imprese con più di 1.000.000 di clienti finali.

Le aziende di vendita devono assicurare che l’estrazione avvenga con un criterio predefinito (ad esempio, con estrazione casuale o con estrazione a passo fisso) e l’attribuzione di un codice univoco identificante ogni chiamata telefonica pervenuta nella giornata richiesta, in modo che possa essere verificata l’assenza di criteri intenzionali di estrazione dei dati (si veda anche compilazione del campo 1).

10. Informativa ai clienti sull’indagine

Ai fini dell’effettuazione dell’indagine le imprese di vendita interessate inseriscono all’interno dell’IVR del proprio *call center*, preferibilmente in una posizione che assicuri la somministrazione del messaggio ai soli clienti che parlano con un operatore, anche sfruttando il tempo di attesa, il messaggio vocale riportato di seguito:

Dati personali trattati per l’Indagine di qualità dell’Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente (ARERA)

“La informiamo che potrà essere richiamato per verificare la sua disponibilità a partecipare ad un’indagine sulla soddisfazione della qualità di questo call center da parte della società IZI Spa per conto di ARERA. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito internet di ARERA nella sezione Consumatori o contattando il numero verde dello Sportello del Consumatore Energia e Ambiente di ARERA 800.166.654”.

Il messaggio vocale dovrà essere inserito nell’IVR solo nei giorni per i quali viene fornito il file dati di prova o viene richiesto il file dati di cui al precedente punto 8.

11. Comunicazioni alla Direzione Advocacy, Consumatori e Utenti

L'azienda di vendita è tenuta a **dare tempestiva comunicazione**, tramite area operativa, di variazioni che possano interessare lo svolgimento dell'indagine e in particolare di eventuali variazioni:

- dei numeri telefonici di *call center*;
- dei recapiti del/i referente/i per l'indagine.

L'azienda di vendita è tenuta a dare tempestiva comunicazione di situazioni straordinarie che possano influenzare lo svolgimento dell'indagine. Si informa che altri mezzi di contatto non sono presidiati come l'area operativa ai fini della tempestività del trattamento delle comunicazioni.

Tabella 1 – Campi da fornire per ciascuna delle chiamate telefoniche al call center oggetto dell'indagine

Campo 1	Campo 2	Campo 3	Campo 4	Campo 5	Campo 6	Campo 7	Campo 8
Codice progressivo o univoco della chiamata	Nome della persona che ha parlato con un operatore del call center, anche se diverso dal titolare del contratto	Servizio a cui si riferisce la chiamata (servizio elettrico o gas o entrambi)	Data in cui è avvenuta la chiamata telefonica in formato gg/mm/aaaa	Fascia oraria (1 o 2 o 3 o 4 o 5)	Recapito telefonico (formato TXT per non perdere il numero 0 all'inizio; completo e comprensivo del prefisso); ammessi i seguenti separatori spazio; trattino (-); slash (/)	Contratto (instaurato/da instaurare)	Numero telefonico di call center
1....							
.....							
n.....							

Allegato 1 – Modulo per la partecipazione all’“Indagine sulla soddisfazione dei clienti dei call center” (art. 31 TIQV)

All’Autorità per la Regolazione di Energia Reti e Ambiente – Direzione Advocacy Consumatori e Utenti

L’impresa di vendita _____

PARTECIPA

all’indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai *call center* - Anno 2022.

I numeri telefonici dei *call center* interessati dall’indagine sono i seguenti:

Numero di call center	Tipologia di clientela a cui è dedicato il servizio	Giorni in cui è attivo il servizio con operatore (es: lunedì-venerdì o lunedì-sabato o lunedì- domenica)	Numero di ore di apertura del call center (con operatore)

La giornata di festività del Santo Patrono (solo se il call center o servizio telefonico non è operativo) cade il giorno _____

Dichiara inoltre che il numero di lotti di interviste aggiuntive che intende acquistare per l’indagine annuale (2.500,00 Euro più Iva a lotto) è di n. _____

(In caso di acquisto lotti di interviste aggiuntive indicare il numero, inserire timbro dell’impresa di vendita, il codice univoco per la fatturazione elettronica e la firma per accettazione)

Per accettazione
(timbro e firma)

Data _____

Il/I referente/i per l’indagine è/sono: _____

in caso di problemi urgenti è/sono reperibile/i:

email: _____

numero/i di telefono: _____