

Autorità per l'energia elettrica e il gas

COMUNICATO

Energia: nuova graduatoria della qualità dei call center

Passi avanti, ma necessari e possibili ulteriori "miglioramenti"

Milano, 24 maggio 2010 – La qualità dei servizi di call center delle maggiori aziende di vendita di elettricità e gas è in miglioramento, anche se restano sensibili divari da colmare fra i diversi operatori. E' quanto emerge dall'ultima "graduatoria" sulla qualità dei *call center* dei venditori pubblicata dall'Autorità per l'energia: 20 delle 29 società monitorate risultano aver migliorato i loro punteggi negli ultimi sei mesi rispetto alla graduatoria precedente; inoltre, la media ponderata dei punteggi ottenuti dalle diverse aziende cresce da 68,5 a 77,7 punti, con un netto passo in avanti rispetto allo scorso anno (53).

In sostanza, si registrano miglioramenti per parametri quali: i tempi di attesa, la possibilità di chiamare gratis almeno da un telefono fisso, la chiarezza delle risposte e la cortesia degli operatori. La *graduatoria*, la terza che viene pubblicata dopo le precedenti di maggio e novembre 2009, è riferita al semestre luglio-dicembre 2009, e si basa sull'analisi dei *call center* di 29 aziende di vendita con oltre 50.000 clienti.

"La graduatoria è uno strumento a tutela dei consumatori perché contribuisce a stimolare un miglioramento continuo dei servizi e della capacità di dare risposta alle esigenze della clientela –ha osservato il Presidente dell'Autorità per l'energia, Alessandro Ortis- Una buona qualità dei *call center* è fondamentale per rispondere alle esigenze dei consumatori e rappresenta un vantaggio competitivo per le aziende stesse: infatti i *call center* sono i principali canali di contatto con i clienti e rappresentano un importante strumento di servizio per i consumatori".

La graduatoria, disponibile sul sito www.autorita.energia.it, si basa su una serie di punteggi assegnati ai singoli *numeri verdi* delle società di vendita di elettricità e gas, in riferimento ai livelli di qualità raggiunti per i servizi effettivamente offerti ai consumatori.

Alcune aziende minori non compaiono nella classifica perché possono avvalersi di tale facoltà avendo ricevuto, nel semestre precedente, un numero di chiamate inferiore a 200 al giorno. In ogni caso, tutti i *call center* dei venditori di energia elettrica e gas, anche se non coinvolti dall'indagine, devono rispettare i livelli minimi di qualità del servizio definiti dall'Autorità, a tutela dei consumatori. Il mancato rispetto per due semestri consecutivi di uno stesso standard costituisca grave violazione dei provvedimenti dell'Autorità e presupposto per l'avvio di un procedimento individuale per un'eventuale sanzione.

Articolazione della graduatoria.

La *graduatoria* dell'Autorità è elaborata in funzione di un *punteggio globale* (Indice di qualità totale - IQT) che permette una valutazione comparativa dei servizi offerti dalle singole aziende di vendita. Dal confronto delle caratteristiche effettive dei singoli *call center* con gli standard stabiliti dall'Autorità scaturisce il calcolo dei *punteggi parziali* della *graduatoria finale*.

Il 70% del punteggio complessivo viene assegnato in relazione all'*accesso* e *qualità* del servizio; il 30% in base al grado di *soddisfazione* dei clienti, rilevato sulla base di interviste ai clienti dopo l'uso del servizio. In particolare, i punteggi parziali per il calcolo della *graduatoria* fanno riferimento ai seguenti diversi aspetti del servizio:

- *accesso al servizio* (PA): riguarda la disponibilità delle linee telefoniche, i periodi di accessibilità per le chiamate (ampiezza degli orari e numeri di giorni di apertura dei *call center*), la gratuità delle chiamate anche dalla rete mobile;
- *qualità del servizio* (PQ): valuta i tempi medi di attesa prima di riuscire a parlare con un operatore, la percentuale di chiamate con risposta di un operatore, la possibilità per il cliente di essere richiamato, la segnalazione del numero di chiamate che precedono in coda o del tempo stimato di attesa, la semplicità dell'albero di navigazione in fase di accesso, l'eventuale presenza di un portale internet, l'adozione di iniziative con le Associazioni dei consumatori
- *grado di soddisfazione* dei clienti che si rivolgono ai *call center* (PSC): questo punteggio è ricavato dall'indagine demoscopica che l'Autorità effettua semestralmente, e che consiste nel richiamare un *campione* di clienti di ogni impresa di vendita che hanno telefonato ai *call center*, per verificarne il livello di soddisfazione in relazione alle chiamate appena effettuate. In particolare, viene valutato il tempo impiegato per trovare la linea telefonica libera, la semplicità del sistema di risposte automatiche per poter parlare con l'operatore, il tempo di attesa per parlare con l'operatore, la cortesia degli operatori, la chiarezza delle risposte e la capacità di risolvere il problema nel minor tempo possibile.

Gli standard dell'Autorità per la qualità dei *call center*.

L'Autorità ha fissato *livelli standard* obbligatori per il tempo medio di attesa, per il livello di servizio (percentuale di chiamate andate a buon fine) e per l'accessibilità al servizio, per limitare code di attesa troppo elevate e ridurre il fenomeno delle linee occupate.

In particolare gli obblighi minimi riguardano:

- la *semplicità* del risponditore automatico (albero fonico), che deve essere tale da permettere di parlare con un operatore dopo non più di due scelte (tre se sono presenti più servizi);
- l'orario di apertura: almeno 35 ore alla settimana per i servizi con operatore, aumentate a 50 per le imprese che non hanno sufficienti sportelli sul territorio servito;
- la gratuità delle chiamate per il cliente, almeno da rete fissa;
- l'informazione ai clienti, con la pubblicazione su *internet* e sulle fatture, del numero telefonico del *call center*, degli orari e del tipo di chiamate abilitate.

Allegato: Graduatoria 2° semestre 2009 e confronto con il semestre precedente

N.	VENDITORE	PUNTEGGIO FINALE IQT II SEMESTRE 2009	PUNTEGGIO FINALE IQT I SEMESTRE 2009	VARIAZ. PUNTEGGIO RISPETTO AL 1° SEM. 2009
1	LINEA PIU S.P.A.	96,2	99,9	↓
2	ENI S.P.A.	94,7	53,3	↑
3	HERA COMM S.R.L. SOCIO UNICO HERA S.P.A.	91,9	83,8	↑
4	EDISON ENERGIA S.P.A.	89,7	94,1	↓
5	A2A ENERGIA S.P.A.	83,6	87,9	↓
6	TRENTA S.P.A.	80,3	82,8	↓
7	SGR SERVIZI S.P.A.	80,2	65,9	↑
8	E.ON Energia S.p.A.	80,2	84,2	↓
9	GAS NATURAL VENDITA ITALIA S.P.A	78,8	76,5	↑
10	ENEL SERVIZIO ELETTRICO S.P.A.	78,0	72	↑
	PUNTEGGI MEDI PONDERATI ¹	77,7	68,5	↑
11	ENIA ENERGIA S.P.A	74,2	72,6	↑
12	VIVIGAS S.P.A. (già EROGASMET VENDITA - VIVIGAS S.P.A.)	72,2	70,2	↑
13	ITALCOGIM ENERGIE S.P.A.	71,9	43,3	↑
14	ASM ENERGIA E AMBIENTE S.R.L.	71,8	43,7	↑
15	ESTRA ENERGIE S.R.L.	70,0	67,1	↑
16	ENEL ENERGIA S.P.A.	68,9	71,9	↓
17	GELSIA ENERGIA SRL	67,9	- ²	-
18	AMG GAS S.R.L.	66,4	60	↑
19	ASCOTRADE S.P.A.	62,7	42,5	↑
20	AGSM ENERGIA Spa	62,3	46	↑
21	TOSCANA ENERGIA CLIENTI S.p.a. (EX TOSCANA GAS CLIENTI)	61,7	56,8	↑
22	ACEAELECTRABEL ELETTRICITÀ SPA	60,9	60,4	↑
23	IRIDE MERCATO S.P.A.	57,1	49,5	↑
24	SORGENIA S.P.A.	56,5	64,2	↓
25	AMGA ENERGIA & SERVIZI S.R.L.	55,5	59,9	↓
26	ACAM CLIENTI S.P.A.	53,7	- ³	-
27	ESTENERGY S.P.A.	52,7	43,4	↑
28	PROMETEO S.P.A.	52,0	52,3	↓
29	ACEGAS-APS SERVICE S.R.L.	49,1	42,1	↑

¹ Punteggi riferiti all'indice di qualità totale IQT medi ponderati sul numero di clienti finali

² nello scorso semestre non era coinvolta dall'indagine sui call center

³ nello scorso semestre non era coinvolta dall'indagine sui call center