

**Indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono
ai call center - 2° Semestre 2010**

(articolo 30 del Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale, allegato alla deliberazione dell' Autorità 18 novembre 2008, ARG/com 164/08 e successive modificazioni e integrazioni)

**MODALITÀ DI PARTECIPAZIONE ALL'INDAGINE
E ISTRUZIONI OPERATIVE**

Premessa

Per dare attuazione a quanto previsto dall'articolo 30 del “**Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale**”, allegato alla deliberazione dell' Autorità 18 novembre 2008, ARG/com 164/08 (di seguito: TIQV), l'Autorità effettuerà, nel 2° semestre 2010 una **indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center** dei venditori di energia elettrica e gas.

Di seguito vengono illustrate nel dettaglio le modalità per partecipare all'indagine e le istruzioni operative per l'effettuazione della stessa¹.

Si rammenta che l'indagine ha le seguenti caratteristiche:

- a) viene effettuata su base semestrale da una società di ricerca incaricata dall'Autorità²;
- b) è finalizzata alla **definizione di un punteggio relativo alla soddisfazione dei clienti** che si rivolgono ai call center che costituirà

¹ Per comodità di lettura, nel testo sono state evidenziate in giallo le parti modificate rispetto alle precedenti istruzioni relative al 1° semestre 2010.

² A seguito di gara europea pubblica con procedura aperta, è risultata aggiudicataria del servizio di effettuazione dell'indagine, la società di ricerca CAI - Customers Asset Improvement in associazione temporanea di impresa con la società TeleSurvey. **Nelle more della procedura per l'aggiudicazione di una gara comunitaria indetta dall'Autorità avente ad oggetto lo svolgimento di servizi di ricerche di mercato in tema di tutela ed informazione dei consumatori di energia, di qualità dei servizi elettrici e gas nonché di promozione dell'efficienza e del risparmio energetico (procedura di gara GOP 24/10 – CIG 04774368A4), con determinazione del Direttore generale n. 5/10 del 15 febbraio 2010 è stata disposta un'estensione del contratto in essere con l'Associazione Temporanea di Impresa (A.T.I.) tra la società Customer Asset Improvement S.p.a e la società Telesurvey srl per lo svolgimento di una quinta indagine, da svolgersi ai medesimi patti, prezzi e condizioni del contratto stipulato, per assicurare la prosecuzione dello svolgimento delle indagini semestrali. Dal 1 luglio 2010 Customer Asset Improvement S.p.a è stata incorporata per fusione in Cerved Group S.p.a.**

parte del punteggio complessivo di qualità dei *call center* attribuito a ogni venditore partecipante all'indagine;

- c) la partecipazione all'indagine è **obbligatoria** per tutti i venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano ricevuto, nel semestre precedente, un numero medio di chiamate telefoniche pari almeno a 200/giorno calcolato con riferimento al numero dei giorni di apertura del Call center nel semestre;
- d) è effettuata mediante la metodologia del call-back, attraverso il campionamento, **da liste fornite dai singoli venditori** partecipanti all'indagine, dei clienti che si sono rivolti ai *call center* e che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center*;
- e) la numerosità campionaria di base, relativa a ogni singola impresa partecipante, viene determinato dall'Autorità suddividendo il numero complessivo di 15.000 interviste per il numero dei venditori partecipanti effettivamente all'indagine nel semestre;
- f) è prevista la possibilità per le imprese partecipanti di aumentare il numero delle interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità acquistando a proprie spese **lotti di interviste aggiuntive** (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste) che verranno effettuate con la stessa metodologia.

Le presenti istruzioni operative tengono conto dell'esperienza maturata attraverso l'indagine pilota effettuata nel 2006 e delle indagini svolte nel 2° semestre 2008, nel 1° e nel 2° semestre 2009 e nel **1° semestre 2010**.

Le istruzioni potranno essere riviste per i successivi semestri, alla luce delle esigenze emerse in base alle esigenze di attuazione della regolazione.

1. Venditori interessati all'indagine per il 2° semestre 2010

Sono interessati all'indagine **per il 2° semestre 2010** i venditori di energia elettrica e/o di gas **con più di 50.000 clienti finali** e che abbiano ricevuto, nel semestre precedente, un numero medio di chiamate telefoniche pari almeno a 200/giorno calcolate secondo le indicazioni fornite in premessa al punto c).

La soglia di clienti finali si intende raggiunta conteggiando **al 30 giugno 2009** la somma dei clienti finali alimentati in bassa tensione per il servizio elettrico e in bassa pressione per il servizio gas.

I venditori di energia elettrica e di gas possono **richiedere l'esonero** dall'indagine qualora non abbiano ricevuto nel 1° semestre 2010 (gennaio – giugno) un numero medio di chiamate telefoniche pari almeno a 200/giorno.

L'esclusione dalla partecipazione all'indagine comporta **l'esclusione dalla pubblicazione comparativa**.

La richiesta **non comporta** invece l'esclusione dall'obbligo della comunicazione dei dati secondo le **scadenze semestrali** (febbraio e settembre) previste dal TIQV.

I venditori di energia elettrica e/o di gas con più di 50.000 clienti finali che abbiano ricevuto, nel semestre precedente, un numero medio di chiamate telefoniche inferiori a 200 chiamate/giorno e che non chiedono di essere esonerati dall'indagine partecipano all'indagine al fine di poter acquisire il punteggio complessivo di qualità dei *call center necessario ed essere inseriti nella graduatoria dei punteggi che verrà pubblicata*; in tale caso **la numerosità campionaria di base potrebbe essere inferiore al lotto base minimo** assicurato dall'Autorità, essendo basata su un numero di nominativi di clienti che potrebbe essere insufficiente per il raggiungimento della quota campionaria.

La partecipazione all'indagine è continuativa e **impegna l'azienda di vendita** a partecipare **alle indagini successive**; l'esonero successivo dalla partecipazione sarà possibile solo nel caso in cui l'azienda scenda sotto la soglia dei 50.000 clienti finali.

2. Richiesta di esonero dall'indagine

I venditori di energia elettrica e/o di gas che hanno i requisiti necessari e intendano chiedere l'esonero, devono inviare la richiesta per l'esonero dall'indagine del secondo semestre 2010 agli uffici dell'Autorità (Direzione Consumatori e Qualità del Servizio, DCQS) via fax (+39.0265565.230), specificando nell'oggetto "Richiesta di esonero (art. 30 Delibera ARG/com 164/08)", **entro il 31 luglio 2010, così come previsto dal comma 2 dell'articolo 30 del TIQV.**

La comunicazione **deve contenere** le seguenti due informazioni:

- a) il **numero medio giornaliero delle chiamate ricevute** ai propri call center nel semestre precedente;
- b) la richiesta di avvalersi dell'esonero dall'indagine.

3. Comunicazione di dati dei soggetti interessati all'indagine per il 2° semestre 2010

I venditori di energia elettrica e/o di gas che partecipano all'indagine compilano la scheda (Allegato 2) con le informazioni necessarie all'effettuazione dell'indagine.

La scheda dovrà essere **caricata nell'area operativa** dedicata all'indagine.

Le informazioni che dovranno essere fornite riguardano:

- a) natura della partecipazione: **obbligatoria o volontaria**, e se con numero medio giornaliero di chiamate inferiore a 200/giorno occorre specificare il

numero medio giornaliero delle chiamate ricevute ai propri call center nel semestre precedente); l'adesione all'indagine comporta l'accettazione che la numerosità campionaria di base potrebbe in alcuni casi essere inferiore al lotto base minimo assicurato dall'Autorità;

- b) numero di clienti finali serviti al **30 giugno 2010** (suddivisi tra servizio elettrico- bassa tensione e servizio gas- bassa pressione);
- c) i numeri telefonici dei *call center* interessati dall'indagine; nel caso essi siano più di uno, 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);
- d) l'eventuale numero di lotti di interviste aggiuntive che il venditore intende acquistare (uno o più lotti, multipli di n. 300 interviste);
- e) il nominativo e il recapito telefonico del referente per lo svolgimento dell'indagine, da contattare in caso di richiesta di informazioni urgenti. **E' necessario indicare il nominativo di un referente per permettere la risoluzione tempestiva di problematiche che dovessero insorgere nel corso dell'indagine.**

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 dovrà contenere i dati relativi alle chiamate pervenute a **tutti i numeri di call center interessati** dall'indagine (indicando nel campo 8 del file trasmesso a quale numero telefonico si riferisce la chiamata).

4. Compartecipazione all'indagine con acquisto di lotti aggiuntivi

Ai sensi del comma 3 dell'articolo 30 del TIQV, in esito a ciascuna indagine semestrale, per ogni venditore 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.

L'articolo 30, comma 4, della direttiva prevede che le imprese di vendita 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**.

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

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 all'Autorità il numero di lotti che intendono acquistare al prezzo determinato dalla gara condotta dall'Autorità, fissato in **1.800 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.

5. Tempi di svolgimento dell'indagine per il 2° sem estre 2010

La società di ricerca che effettua l'indagine stabilirà un calendario, in relazione al numero delle aziende che parteciperanno all'indagine, che prevede che ogni venditore debba essere interessato dall'indagine per ogni semestre, 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 sabato). I venditori che hanno call center aperti anche la domenica aggrenderanno la domenica al gruppo di giorni venerdì e sabato.

6. Preavviso alle aziende di vendita e trasmissione dei file contenenti gli elenchi di clienti che si sono rivolti ai call center

Per permettere il campionamento dei clienti che si sono rivolti ai call center e hanno effettivamente parlato con un operatore, nel corso dell'indagine verranno richiesti:

- 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) per le 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) per le 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).

Tutti gli scambi di file di dati tra i venditori e la società di ricerca avvengono per motivi di sicurezza, privacy e tempestività di informazione attraverso l'accesso ad un'apposita Area di lavoro dedicata all'indagine sui call center, nella quale ogni esercente avrà accesso alla propria partizione dedicata all'indagine.

L'area operativa dedicata all'indagine è accessibile attraverso all'Anagrafica operatori³ a cui si rimanda per ulteriori informazioni. Le aziende gestiscono **autonomamente** la creazione delle utenze⁴ per i referenti dell'indagine, creando anche più di un'utenza per ciascun soggetto.

³ <http://www.autorita.energia.it/it/anagrafica.htm>

⁴ Per informazioni dettagliate sulla creazione di utenze vedere il paragrafo 3.4.4 Gestione utenze del Manuale d'uso del sistema "Anagrafica operatori" Manuale d'uso del sistema

E' opportuno che **più soggetti della stessa impresa** siano abilitati quali utenti per l'indagine in modo che essi ricevano tempestivamente le comunicazioni e gli eventuali avvisi di inserimento di documenti di rilevanza per l'indagine nell'Area di lavoro.

Con un preavviso di **3 giorni lavorativi** prima della data per la quale sono richiesti i dati, la società di ricerca salverà nella Sezione dell'esercente interessato una lettera 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 all'indirizzo e-mail delle utenze create dall'impresa di vendita.

L'impresa di vendita è tenuta a rendere disponibile il file dati nella propria Sezione dell'Area di lavoro internet, **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 a DCQS.

E' responsabilità dell'impresa di vendita creare e mantenere aggiornate le utenze per rispettare tassativamente le scadenze di invio dei file.

Non saranno in alcun modo accettate richieste di variazione del calendario per mancata lettura delle email di avviso regolarmente recapitate.

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

Per l'effettuazione dell'indagine sarà disponibile "l'area operativa per l'indagine dei call center".

Le imprese di vendita che partecipano all'indagine per la prima volta dovranno testare il corretto funzionamento dell'**area operativa dedicata**.

Per permettere alla società di ricerca di testare il corretto funzionamento del processo, e apportare gli eventuali correttivi prima dell'avvio dell'indagine potranno essere coinvolte in test iniziali anche le aziende che hanno già partecipato all'indagine.

Con l'effettuazione dei test sarà anche possibile verificare la conformità del file di dati alle istruzioni (vedi tabella 1).

Per la raccolta dei dati da trasmettere nella fase di test le imprese dovranno attenersi alle regole di trasmissione di cui ai punti 6, 7 e 8 ed inserire nell'IVR l'informativa di cui al successivo punto 9.

Sarà cura delle aziende di vendita, in questa prima fase di test, comunicare **eventuali anomalie informatiche** riscontrate rivolgendosi al numero verde 800.707.337 o in alternativa all'indirizzo di posta elettronica: infoanagrafica@autorita.energia.it.

"Anagrafica operatori" Versione 4.0 (aggiornamento 1/09/2009) disponibile sul sito internet dell'Autorità all'indirizzo:

http://www.autorita.energia.it/allegati/operatori/raccolte_dati/istr_anagrafica.pdf

La fase di test produrrà un rapporto di check dei file trasmessi ed eventuali imprese che avranno inviato file “**non conformi**” dovranno risolvere le anomalie ed inviare un nuovo file alla società di ricerca prima della partenza dell’indagine.

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

Per l’intera durata dell’indagine, ognuna delle aziende di vendita partecipanti dovrà rendere disponibile, su richiesta della società di ricerca **un file in formato Excel** (di seguito: file dati), contenente i campi riportati nella tabella 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.

E’ necessario effettuare il salvataggio degli stessi, ai fini della rintracciabilità dei file con l’elenco dei nominativi, con la seguente denominazione:

“ragionesociale 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.

Esempio: “**LINEAPIU_031010.xls**”.

Le liste di clienti che hanno parlato con operatore dovranno essere **depurate dai nominativi dei clienti** che durante la chiamata telefonica hanno espresso il desiderio di **non essere richiamati** per l’effettuazione dell’indagine. 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; le liste fornite dalle aziende partecipanti dovranno contenere almeno **5 o 6 volte il numero dei clienti da intervistare**.

Di seguito sono fornite **istruzioni di dettaglio** per la compilazione di ciascun campo della tabella 1.

Istruzioni di dettaglio per il file in formato Excel

La prima riga del file deve contenere il nome dei campi come stabilito (campo1, campo2, campo3,...) e non devono essere presenti altre righe di intestazione. Per ogni campo è specificata di seguito la funzione e il dettaglio del formato.

Campo 1

Per ogni chiamata telefonica 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 8.

Il codice potrà essere utilizzato per eventuali controlli successivi.

Il campo 1 ha formato alfanumerico.

Campo 2

Per ogni chiamata telefonica dovrà essere indicato il **nome e cognome** 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 spontaneamente il desiderio di non essere richiamato 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

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

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

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

Il campo 3 ha formato numerico.

Campo 4

Dovrà essere indicata la **data** in cui è avvenuta la chiamata telefonica in formato gg/mm/aaaa.

Campo 5

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

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

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 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

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:

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

10. Informativa ai clienti sull'indagine

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

“La informiamo che potrà essere richiamato per un'indagine sulla qualità di questo call center. A tale scopo, i dati necessari saranno trattati nel rispetto della legge sulla privacy. Maggiori informazioni sono disponibili sul sito internet [www. ... \(sito dell'azienda\).](#)”

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 3.

Le imprese di vendita interessate dall'indagine, entro la data di avvio dell'indagine pubblicano nel loro sito, in una sezione facilmente accessibile ed intitolata “Indagine sulla qualità dei call center” l'informativa riportata in allegato 1 **avendo cura di aggiornare anche quella già esistente.**

11. Comunicazioni

L'impresa di vendita è tenuta **a dare tempestiva comunicazione, tramite area operativa** alla Direzione Consumatori e Qualità del Servizio dell'Autorità (DCQS), nel caso di variazioni:

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

“INDAGINE SULLA QUALITÀ DEI CALL CENTER”

In adempimento degli obblighi previsti dalla deliberazione dell’Autorità per l’energia elettrica e il gas 18 novembre 2008, ARG/com 164/08, pubblicata in G.U. n. 2 Supplemento ordinario n. 4, del 3 gennaio 2009, provvediamo a pubblicare l’informativa ai sensi dell’art. 13 del Decreto legislativo del 30 giugno 2003, n°196 (Codice in materia di protezione dei dati personali)

L’Autorità per l’energia elettrica e il gas con la deliberazione del 18 novembre 2008, ARG/com 164/08 (il provvedimento è disponibile sul sito dell’Autorità www.autorita.energia.it) ha avviato un’indagine sulla qualità delle risposte telefoniche fornite ai consumatori dai *call center* commerciali delle maggiori aziende fornitrici di energia elettrica e di gas, strumentale all’esercizio dei poteri conferiti dalla legge del 14 novembre 1995, n. 481.

In particolare, l’indagine sulla soddisfazione dei clienti si svolgerà richiamando un campione di clienti che si sono rivolti al *call center*.

I risultati dell’indagine saranno resi pubblici in forma anonima, nel rispetto dei profili di riservatezza indicati dal Garante della Privacy.

Ciò premesso, ai sensi del Decreto legislativo n. 196/2003, il trattamento delle informazioni che La riguardano sarà improntato ai principi di correttezza, liceità e trasparenza e di tutela della Sua riservatezza e dei Suoi diritti.

Pertanto, ai sensi dell’articolo 13 del Decreto legislativo n. 196/2003, Le forniamo le seguenti informazioni:

1. alcuni dati connessi alla Sua chiamata al *call center*, indicati nel successivo punto 2, da Lei spontaneamente forniti all’ esercente, verranno trattati temporaneamente, anche elettronicamente, nella misura strettamente necessaria per lo svolgimento dell’indagine demoscopica che l’Autorità per l’energia elettrica e il gas condurrà al fine di accertare la qualità dei servizi telefonici e, in particolare, la soddisfazione e le aspettative dei clienti dei servizi di energia elettrica e gas che si sono rivolti ai *call center*, in relazione alle risposte ricevute dagli operatori;
2. i dati sottoposti al trattamento di cui al precedente punto 1 riguardano: il nome della persona che ha parlato con l’operatore del *call center*, l’indicazione del titolare del contratto di fornitura a cui si riferisce la chiamata, il servizio a cui si riferisce la chiamata (elettrico, gas o entrambi), il motivo, la settimana e la fascia oraria della chiamata, il recapito telefonico ed il recapito di fatturazione del chiamante, così come risultanti dai dati in possesso dell’ esercente e relativi al rapporto contrattuale instaurato o da instaurare;
3. qualora Lei fosse richiamato ai fini dell’effettuazione dell’intervista telefonica, e vi acconsentisse, i dati acquisiti nel corso della stessa saranno anch’essi oggetto di trattamento; resta salva la possibilità di non rilasciare la suddetta intervista telefonica. In tal caso l’indagine proseguirà nei confronti degli altri soggetti facenti parte del campione; il titolare del trattamento dei dati è la Direzione consumatori e qualità del servizio dell’Autorità per l’energia elettrica e il gas, con sede in Milano, Piazza Cavour n. 5, mentre il responsabile del trattamento dei dati è il Raggruppamento Temporaneo d’Impresa tra la società **Cerved Group Via San Vigilio 1, 20142 (capogruppo)** e la società **Telesurvey**;
4. in ogni momento potrà esercitare i Suoi diritti nei confronti del titolare del trattamento, ai sensi dell’art. 7 del Decreto legislativo n. 196/2003 e, in particolare, potrà chiedere di

conoscere l'esistenza di trattamenti di dati che possono riguardarla; potrà ottenere senza ritardo la comunicazione dei medesimi dati e della loro origine, la cancellazione, la trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione di legge, nonché l'aggiornamento, la rettificazione ovvero l'integrazione dei dati; inoltre, ha diritto di opporsi, in tutto o in parte, per motivi legittimi, al trattamento dei dati personali che la riguardano, ancorché pertinenti allo scopo della raccolta; tutti i diritti indicati dal citato art. 7 del Decreto legislativo n. 196/2003 potranno essere fatti valere indirizzando formale richiesta a:

Autorità per l'energia elettrica e il gas
Direzione consumatori e qualità del servizio
piazza Cavour 5 – 20121 Milano
e-mail: consumatori@autorita.energia.it
fax: **02-65565.230**

5. Per ulteriori informazioni sulle finalità perseguite dall'Autorità per l'energia elettrica e il gas La invitiamo a visitare il sito web www.autorita.energia.it.
6. Cancellazione dei dati utilizzati ai fini dell'indagine: l'Autorità, al termine dell'indagine provvederà a cancellare tutti i file dati resi disponibili dalle imprese di vendita nella Sezione.

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
....							
.....							

Allegato 2 – Modulo per la partecipazione all' "Indagine soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center" (TIQV) –II semestre 2010

Alla Direzione Consumatori e Qualità del Servizio - Autorità per l'energia elettrica e il gas

Oggetto: Partecipazione all' "Indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center per il 2° semestre 2010 - (art. 30 del TIQV)

L'impresa di vendita _____

Numero di clienti finali serviti al 30 giugno 2010	Servizio elettrico (bassa tensione)	Servizio gas (bassa pressione)

partecipa all' "Indagine di soddisfazione dei clienti finali che si rivolgono ai call center"

(partecipazione obbligatoria) (partecipazione facoltativa)

n. chiamate/giorno ricevute dal call center nel semestre precedente _____

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)

- dichiara che il Santo Patrono cade il giorno _____

- dichiara che il numero di lotti di interviste aggiuntive che intende acquistare per il 2° semestre 2010 **(1.800 Euro più Iva a lotto)** è di n. _____

(Solo se acquista lotti di interviste aggiuntive inserire timbro dell'impresa di vendita e firma per accettazione)

Per accettazione
(timbro e firma)

Il/I referente/i per l'indagine _____

in caso di problemi urgenti è reperibile:

email: _____

numero/i di telefono: _____