

**DOCUMENTO PER LA CONSULTAZIONE
452/2014/R/COM**

**REVISIONE DELLA DISCIPLINA DELLA QUALITÀ DEI SERVIZI
TELEFONICI DELLE AZIENDE DI VENDITA DI ENERGIA ELETTRICA E
DI GAS NATURALE - ORIENTAMENTI FINALI**

*Secondo documento per la consultazione nell'ambito del procedimento avviato con
deliberazioni 7/2014/R/com e 223/2014/R/com*

Mercati di incidenza: elettricità e gas naturale

25 settembre 2014

Premessa

L'Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico (di seguito: 'Autorità) con le deliberazioni 7/2014/R/com e 223/2014/R/com ha avviato un procedimento per la revisione del parte III dell'Allegato A della deliberazione ARG/com 164/08 relativo alla qualità del servizio di call center delle imprese elettriche e gas.

Con il documento per la consultazione del 22 maggio 2014 224/2014/R/com, che segue gli incontri tecnici tenuti il 31 marzo e 14 aprile 2014 sono state presentate alcune proposte per la revisione della disciplina della qualità dei servizi telefonici delle aziende di vendita di energia elettrica e di gas.

Hanno partecipato alla consultazione associazioni degli operatori e aziende di vendita, ma la consultazione non ha fornito indicazioni del tutto conclusive, per cui si rende necessario un secondo documento di consultazione.

*I soggetti interessati sono invitati a far pervenire all'Autorità le proprie osservazioni e proposte, in forma scritta, compilando l'apposito modulo interattivo disponibile nel sito internet dell'Autorità o tramite l'apposito indirizzo di posta elettronica (consumatori@autorita.energia.it) entro il **30 ottobre 2014**.*

I soggetti che intendano salvaguardare la riservatezza di dati e informazioni, in tutto o in parte, dovranno motivare tale richiesta contestualmente all'invio delle osservazioni indicando le parti che si intendano mantenere riservate.

***Osservazioni e proposte dovranno pervenire al seguente
indirizzo di posta elettronica:
consumatori@autorita.energia.it***

***Autorità per l'energia elettrica il gas e il sistema idrico
Direzione Consumatori, Conciliazioni e Arbitrati***

piazza Cavour 5 – 20121 Milano
tel. 02 65565313-387 fax 0265565230
sito internet: **www.autorita.energia.it**

INDICE

<i>Premessa</i>	2
1 Introduzione	4
2 Parte I - Esiti della consultazione su obblighi di servizio, standard generali e raccolte dati	5
3 Parte II – Esiti della consultazione su qualità ulteriore e graduatoria.....	8
4 Parte III - Nuovi orientamenti per qualità dei call center e la pubblicazione comparativa	16
5 Entrata in vigore del nuovo schema	22
Tabella: Sintesi delle proposte.....	23
Allegato A: Articolato TIQV.....	25

1 Introduzione

- 1.1 Con la deliberazione del 23 gennaio 2014 7/2014/R/com (di seguito: deliberazione 7/2014/R/com) e con la deliberazione del 22 maggio 2014 223/2014/R/com (di seguito: deliberazione 223/2014/R/com) l’Autorità ha avviato un procedimento per la revisione della parte III dell’Allegato A alla deliberazione ARG/com 164/08 (di seguito: TIQV), inerente la qualità dei servizi telefonici. Il documento per la consultazione del 22 maggio 2014 224/2014/R/com (di seguito: documento per la consultazione 224/2014/R/com) ha illustrato alcune proposte per la revisione delle disposizioni in vigore.
- 1.2 La consultazione ha seguito due incontri tecnici (che si sono svolti il 31 marzo e il 14 aprile 2014) sull’attuazione della regolazione della qualità dei servizi telefonici; gli incontri hanno coinvolto oltre alle associazioni rappresentative delle imprese (Aiget, Anigas, Assoelettrica, Assogas, Federutility e Igas) un elevato numero di aziende di vendita coinvolte nella graduatoria dei servizi telefonici¹ che hanno avuto l’opportunità sulla base della propria esperienza di evidenziare criticità e mettere in evidenza alcune possibili soluzioni migliorative. A seguito degli incontri tecnici alcune associazioni ed aziende hanno anche fatto pervenire all’Autorità memorie con le criticità e le proposte.
- 1.3 Nel documento per la consultazione 224/2014/R/com sono stati sintetizzati i risultati raggiunti della regolazione e sono stati illustrati gli aspetti che necessitavano di revisione anche in relazione all’evoluzione dei mercati.
- 1.4 Alla consultazione, che si è conclusa il 30 giugno 2014, hanno partecipato con osservazioni 5 associazioni degli operatori (Anigas, Assoelettrica, Assogas, Federutility, Igas) e 8 aziende di vendita (Acea, Axpo, Enel, Enercom, Eni, E.On, Gdf Suez e Sorgenia). Nessun contributo è pervenuto dalle associazioni rappresentative dei clienti domestici e non domestici.
- 1.5 Mentre alcuni orientamenti (revisione degli obblighi di servizio e degli standard generali, rafforzamento del peso della *customer satisfaction*) hanno registrato posizioni di sostanziale condivisione, più o meno articolate anche tra le aziende, ma che non presentano criticità, in relazione ad altri orientamenti (esclusione dalla graduatoria degli esercenti il servizio di maggior tutela e valorizzazione di alcune caratteristiche non strettamente legate ai servizi telefonici) gli esiti della consultazione non hanno evidenziato posizioni del tutto univoche.

¹Acea, Ascotrade, A2A, A.I.M, Edison Energia, Estra Energia, Flayenergia, Gruppo Enel, GDF, Eni, E.On, Gruppo Hera, Iren Mercato, Linea Più, Salerno Energia, Sorgenia e UNIGas.

- 1.6 Le associazioni e alcuni operatori hanno richiesto inoltre di effettuare una seconda fase di consultazione per approfondire ulteriormente gli aspetti segnalati come più critici e delicati e per avere la possibilità di valutare una bozza del nuovo articolato della Parte III del Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale - TIQV.
- 1.7 Alla luce di quanto emerso dalla consultazione e soprattutto in relazione agli aspetti più critici registrati nelle osservazioni l’Autorità ritiene opportuno con questo secondo documento di consultazione confermare gli orientamenti già posti in consultazione per quanto riguarda gli obblighi di servizio, gli standard generali e formulare nuovi orientamenti relativi alla qualità ulteriore e formazione e pubblicazione della graduatoria.
- 1.8 Il documento è articolato in tre parti. La prima rende conto degli esiti della consultazione sugli orientamenti relativi a obblighi di servizio e standard generali, che non vengono più sottoposti a ulteriore consultazione. Nella seconda parte si analizzano più approfonditamente le criticità più rilevanti emerse relativamente alle caratteristiche della qualità ulteriore e alla graduatoria, mentre nella terza parte vengono formulati nuovi orientamenti che si sottopongono a consultazione. In Appendice l’articolato che viene proposto adegua la Parte III del Testo integrato della regolazione della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale – TIQV ai nuovi orientamenti.

2 Parte I - Esiti della consultazione su obblighi di servizio, standard generali e raccolte dati

- 2.1 Gli obblighi di servizio minimi vigenti per i servizi telefonici commerciali delle aziende di vendita di elettricità e gas riguardano in sintesi²:
- a) la semplicità del risponditore automatico (albero fonico);
 - b) l’orario di disponibilità dei servizi con operatore;
 - c) la gratuità delle chiamate per il cliente da rete fissa;

² Gli obblighi generali di servizio di cui agli articoli 21 e 22 del TIQV prevedono per i servizi telefonici commerciali privi di albero fonico l’obbligo di dotarsi di call center, rispettare gli standard generali di qualità e l’orario di apertura del call center con operatore e pubblicare sul sito internet e bollette i numeri di telefono. Per i servizi telefonici commerciali dotati di albero fonico, oltre gli obblighi previsti per i servizi telefonici commerciali privi di albero fonico le aziende devono:

- dotarsi di numero verde gratuito per chiamate effettuate da rete fissa;
- porre almeno al secondo livello dell’albero fonico opzione esplicita di richiesta di parlare con un operatore, oppure, in alternativa, trasferimento della chiamata verso un operatore, o direttamente o in caso di operazioni su servizi automatici dispositivi non andate a buon fine;
- indirizzare la chiamata verso un operatore in caso di errore nella digitazione o nel messaggio vocale o in caso di mancata risposta;

Nel conteggio dei livelli dell’albero fonico non si tiene conto dell’eventuale livello per la scelta tra i diversi servizi (aziende multiservizi, bilinguismo).

- d) l'informazione ai clienti attraverso la pubblicazione sulle fatture del numero telefonico del call center e sul sito internet dei venditori, con l'indicazione degli orari e del tipo di chiamate abilitate.

Revisione degli obblighi di servizio

- 2.2 In relazione agli obblighi di servizio di cui al punto 2.1 con il documento per la consultazione 224/2014/R/com sono stati posti in consultazione i seguenti orientamenti:
- disaccoppiare l'orario minimo obbligatorio di apertura del call center dall'obbligo per le imprese di avere uno sportello fisico di contatto in ogni provincia con più di 20.000 clienti finali (punto b);
 - fissare tale orario minimo in 35 ore settimanali (da lunedì a venerdì) (punto b);
 - mantenere inalterati tutti gli altri obblighi.
- 2.3 Gli orientamenti relativi agli obblighi di servizio sono stati accolti favorevolmente dalla maggioranza delle associazioni e degli operatori. Alcuni soggetti hanno tuttavia richiesto, pur essendo comunque favorevoli alla revisione dell'obbligo, una maggior valorizzazione specifica degli Sportelli fisici nell'ambito del nuovo punteggio PCC. Nei successivi paragrafi 3.15-3.17 vengono forniti maggiori dettagli sugli esiti della consultazione in tema di rilevanza degli sportelli fisici in relazione alla disciplina della qualità dei call center.
- 2.4 Vista l'ampia condivisione degli orientamenti proposti l'Autorità ritiene di dare seguito all'orientamento di disaccoppiare l'orario minimo obbligatorio di aperture dei call center dalla presenza degli sportelli fisici, di fissarlo a 35 ore settimanali e di lasciare inalterati gli altri obblighi di servizio, senza ulteriore consultazione.

Revisione degli standard generali

- 2.5 Gli orientamenti di revisione degli standard generali presentati nel documento per la consultazione 224/2014/R/com incentivava l'ulteriore miglioramento degli standard minimi AS (Accessibilità al servizio), TMA (Tempo medio di attesa) e LS (Livello di servizio) adeguandoli, anche se prudenzialmente, ai livelli già conseguiti dalle imprese che erano presenti in graduatoria nel secondo semestre 2013 e che apparivano ormai consolidati.
- 2.6 Gli orientamenti relativi all'indicatore AS, che passava dal 90% al 95%, e LS, che era proposto stabile all'80%; sono stati condivisi dalla maggioranza degli operatori, mentre per il TMA gli operatori hanno chiesto maggior gradualità ritenendo l'abbassamento proposto da 240 secondi a 180 secondi troppo sfidante. Questa richiesta in realtà non trova pienamente riscontro con i livelli dichiarati dalle imprese in graduatoria (nel 2° semestre 2013, 34 aziende su 36 coinvolte

nell'indagine sui call center dichiarano un TMA sotto i 180 secondi) e risulta tendenzialmente conservativa anche in relazione ai risultati conseguiti in altri settori³, ma poiché è unanimemente rappresentata l'Autorità ritiene di poterla accogliere prevedendo tuttavia sin da ora un percorso di gradualità che traguardi in 24 mesi un nuovo aggiornamento più sfidante del TMA.

- 2.7 Qualche operatore con riferimento al TMA, ha richiesto di escludere dal conteggio il tempo di attraversamento dell'IVR; l'Autorità conferma la scelta che l'istante di inizio deve coincidere con l'inizio della telefonata, e quindi l'indicatore deve inglobare anche il tempo di navigazione nell'albero fonico (IVR), in quanto la scelta di disporre di sistemi di risposta automatica è effettuata dall'impresa che può dimensionare tale albero fonico in modo da bilanciare opportunamente i benefici e gli svantaggi di tale soluzione, in quanto tale aspetto è uno dei più critici per i clienti, in particolare in presenza di alberi fonici complessi e di difficile comprensibilità.
- 2.8 Con riferimento all'LS un operatore sottolinea che la scelta di mantenerlo stabile può risultare non particolarmente soddisfacente per il cliente finale che in una percentuale non irrilevante di casi (20%) non risulterebbe essere in grado di parlare con un operatore.
- 2.9 In sintesi tenuto conto dei risultati della consultazione, l'Autorità ritiene che sia opportuno confermare gli orientamenti proposti per AS e LS e rivedere invece la proposta sul TMA, prevedendo altresì sia per il TMA che per l'LS un aggiornamento a 24 mesi, previo monitoraggio dei livelli registrati semestralmente.

Raccolte dati e controlli sui dati comunicati

- 2.10 Gli orientamenti contenuti nel documento per la consultazione 224/2014/R/com prevedevano in termini di tempistica delle raccolte dati e di eventuali controlli sull'attendibilità di questi ultimi:
 - l'anticipazione del termine per la raccolta dati semestrale a fine gennaio e fine luglio;
 - la consegna anticipata dei rapporti aziendali relativi alla *customer satisfaction*;

³ Disciplina nelle telecomunicazioni prevede nella disciplina della qualità dei servizi di telefonia vocale forniti su rete fissa e in conformità alle delibere nn. 254/04/CSP e 79/09/CSP sulla Qualità Call Center dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, un tempo di risposta alle chiamate di servizio di assistenza clienti che misura in secondi il tempo minimo di navigazione su IVR per accedere alla scelta operatore (70 secondi per il telefono fisso e 115 secondi per il mobile nel 2012) e il tempo di attesa per la risposta dell'operatore (70 secondi per il telefono fisso e 45 secondi per il mobile nel 2012).

- alcune proposte alternative per assicurare l’attendibilità dei dati autodichiarati dalle imprese.

2.11 Per quanto riguarda l’anticipo del termine per la raccolta dei dati proposto per avvicinare quanto più possibile la pubblicazione della graduatoria al termine del semestre a cui si riferisce un operatore si è dichiarato contrario e una Associazione ha sottolineato che anticipare i tempi può aumentare il rischio di dover ricorrere a potenziali rettifiche dei dati. Altri soggetti invece hanno ribadito i propri dubbi sull’effettiva efficacia di una pubblicazione della graduatoria troppo distante nel tempo dal momento in cui i dati sono stati raccolti.

2.12 L’orientamento ad anticipare la consegna dei report aziendali individuali ha incontrato largo consenso.

2.13 Al fine di evitare fenomeni di comunicazione di dati non corretti in relazione alla qualità ulteriore che potessero avere un impatto significativo sulla formazione della graduatoria, gli orientamenti in consultazione prevedevano in caso di accertamento di dato errato in alternativa:

- l’esclusione dalla graduatoria;
- l’azzeramento dei punteggi parziali impattati (PA, PQ, PCC);
- la correzione del punteggio limitata alla diminuzione del punteggio parziale impattato.

La maggioranza delle aziende che ha partecipato alla consultazione ha mostrato preferenza per l’ipotesi di azzeramento dei punteggi eventualmente impattati in modo tale che la penalizzazione risultasse evidente dall’arretramento del soggetto interessato in graduatoria.

2.14 Per quanto riguarda l’anticipo della consegna dei rapporti aziendali l’Autorità ritiene di consolidare l’orientamento relativo senza riproporlo in consultazione, mentre per la tempistica di consegna dei dati e per i controlli sui dati comunicati vengono illustrati nuovi orientamenti ai paragrafi 4.13 della Parte III di questo documento.

3 Parte II – Esiti della consultazione su qualità ulteriore e graduatoria

3.1 Come anticipato nell’introduzione, oltre alle osservazioni puntuali in relazione ai singoli spunti di consultazione sono giunte alcune osservazione di carattere generale particolarmente incentrate sulla necessità di rivedere il meccanismo della regolazione della qualità dei servizi telefonici nell’attuale fase di mercato, e sulle proposte relative all’esclusione dalla graduatoria del servizio di maggior tutela e sulla valorizzazione di alcune caratteristiche non strettamente legate ai servizi telefonici. I profili che hanno indotto l’Autorità ad avviare la consultazione con il

documento per la consultazione 224/2014/R/com erano scaturiti dalla necessità di aggiornare la regolazione sulla qualità dei servizi telefonici che risultava avere esaurito i margini di miglioramento con particolare riferimento alle aziende che si attestavano nelle prime posizioni della graduatoria. Dalle osservazioni giunte sul medesimo documento per la consultazione sono poi emersi elementi che hanno suggerito l'opportunità di prevedere una ulteriore fase di consultazione.

Osservazioni di carattere generale sulla regolazione dei servizi telefonici

- 3.2 Alcune Associazioni ed alcune imprese hanno espresso una posizione molto critica in relazione all'opportunità di continuare ad incentrare la regolazione sulla qualità ulteriore e sulla pubblicazione della graduatoria dei call center, anche tenuto conto dei risultati già conseguiti in termini di miglioramento della qualità e della liberalizzazione del mercato della vendita. Le associazioni hanno argomentato la loro posizione evidenziando che, fatti salvi gli standard minimi obbligatori che comunque assicurano una tutela per tutti i clienti, è il mercato in questa fase che dovrebbe orientare i driver della qualità ulteriore dei servizi telefonici. Proseguire invece con l'attuale meccanismo – sostengono sempre le Associazioni – potrebbe distorcere l'offerta dei servizi di contatto e customer care privilegiando l'offerta di servizi che assicurano l'ottenimento del massimo dei punteggi assicurati dalla regolazione. In sostanza, la fissazione di punteggi più o meno elevati può condizionare in modo anche significativo le strategie poste in essere dalle aziende di vendita perché queste ultime, anziché diversificare i servizi offerti in relazione alle preferenze ed aspettative dei propri clienti (in evoluzione e potenzialmente diversificate tra le aziende), tenderebbero ad uniformare i servizi prevalentemente in relazione al perseguimento di un obiettivo reputazionale. In assenza di graduatoria le aziende di vendita risulterebbero più libere di sviluppare e offrire servizi ulteriori per i clienti (anche non previsti dalla regolazione), e comunque le performance delle stesse sarebbero giudicate dal mercato e dai clienti.
- 3.3 Altre criticità che sono state evidenziate dai medesimi soggetti sono legate al cosiddetto rischio di *over-regulation* soprattutto qualora l'Autorità intervenisse con obblighi e punteggi ulteriori rispetto a quelli già previsti. E' stato anche sottolineata l'unicità nel panorama europeo della scelta operata dal Regolatore italiano sul tema dei call center, nonché la necessità di un più ampio processo di revisione di tutta la materia regolata dal TIQV. In generale è stata sottolineata la necessità di rivedere e aggiornare la regolazione in un ottica di semplificazione.

Revisione della qualità ulteriore

- 3.4 Con riferimento alla revisione della qualità ulteriore dei call center gli orientamenti espressi nel documento per la consultazione 224/2014/R/com comportavano:

- limitare il *benchmarking* costituito dalla graduatoria ai soli operatori del mercato libero prevedendo due opzioni alternative circa la possibilità comunque degli esercenti il servizio di maggior tutela di essere monitorati o meno in relazione ai risultati raggiunti in termini di qualità ulteriore;
- rivedere i punteggi PA e PQ eliminando alcune caratteristiche ulteriori, rimodulandone altre alla luce dei risultati ormai raggiunti e consolidati e prevedendo una diversa valorizzazione degli orari di aperture del call center più coerente con il traffico telefonico e le aspettative dei clienti;
- separare gli aspetti prettamente “telefonici” dagli aspetti più generalmente collegati al servizio al cliente con particolare riferimento a multicanalità e rapporti con le associazioni dei consumatori, prevedendo un punteggio parziale dedicato (PCC).

3.5 L’Autorità ha scelto in questo secondo documento di consultazione di focalizzare l’attenzione solo sugli esiti della consultazione relativi ad alcuni aspetti della qualità ulteriore indispensabili per dare ragione dei nuovi orientamenti presentati alla Parte III di questo documento. Tutti i contributi fino ad oggi ricevuti vengono tuttavia pubblicati contemporaneamente a questo documento in modo tale che l’esito della consultazione, anche sugli aspetti non trattati in queste pagine, possa essere disponibile per tutti.

Differenziazione del trattamento del servizio di maggior tutela ai fini della pubblicazione della graduatoria e/o della qualità ulteriore

- 3.6 L’articolo 30 del TIQV prevede che ogni venditore con più di 50.000 clienti finali alimentati in bassa tensione e/o bassa pressione⁴ partecipi all’indagine sulla qualità dei call center, salvo la richiesta di esonero per le aziende che ricevono un numero medio di chiamate telefoniche inferiori a 200/giorno. Attualmente sono coinvolte nella pubblicazione della graduatoria imprese che operano congiuntamente o disgiuntamente nei settori dell’energia elettrica e del gas e nel caso dell’energia elettrica imprese che servono sia il mercato libero che la maggior tutela e imprese che servono esclusivamente i clienti in maggior tutela.
- 3.7 Nel documento per la consultazione 224/2014/R/com sono stati illustrati due scenari finalizzati a conseguire l’obiettivo di differenziare il trattamento del servizio di maggior tutela al fine della pubblicazione della graduatoria e/o dalla qualità ulteriore, tenuto conto che il servizio di maggior tutela si configura come un servizio di ultima istanza compatibile con le logiche di mercato ancorché non basato su meccanismi di discriminazione del prezzo.

⁴ L’articolo 30 rinvia all’articolo 52, comma 52.3, lettera a).

- 3.8 Il primo scenario prevedeva che, fatti salvi il rispetto degli obblighi di servizio e degli standard generali, gli esercenti la maggior tutela non avrebbero più avuto la possibilità di accedere ai punteggi della qualità superiore e della *customer satisfaction* (PA, PQ, PCC e PSC) e pertanto non sarebbero comparsi in graduatoria. Le imprese attive congiuntamente nel servizio di maggior tutela e nel mercato libero sarebbero state tenute a comunicare i dati separatamente per la maggior tutela e per il mercato libero e sarebbero state sottoposte all'indagine di *customer satisfaction* solo per la quota parte di clienti del mercato libero.
- 3.9 Il secondo scenario prevedeva che gli esercenti il servizio di maggior tutela potessero accedere ai punteggi PA, PQ e PCC, ma non al punteggio PSC e di conseguenza, come nel primo scenario, non avrebbero potuto accedere alla graduatoria della qualità dei servizi telefonici. I punteggi PA, PQ e PCC sarebbero stati monitorati dall'Autorità ai fini di una eventuale regolazione incentivante specifica. Anche in questo scenario le imprese attive congiuntamente sul servizio di maggior tutela e sul mercato libero sarebbero state tenute per il futuro a comunicare i dati separatamente per la maggior tutela e per il mercato libero e sarebbero state sottoposte all'indagine di *customer satisfaction* solo per la quota parte di clienti che avrebbero scelto l'opzione mercato libero.
- 3.10 La consultazione ha fatto emergere sul punto posizioni molto diversificate. Una parte di operatori (identificabili prevalentemente in quelli con percentuali elevate di clienti serviti in maggior tutela) hanno rigettato entrambi gli scenari proposti affermando che:
- l'assenza dalla graduatoria di alcune imprese in precedenza presenti potrebbe ingenerare dubbi e confusione nei clienti che non ritrovassero più in graduatoria il proprio venditore;
 - gli scenari presentati non garantirebbero l'omogeneità di trattamento tra il servizio elettrico e il servizio gas (in quanto nel caso del gas, dato il diverso assetto normativo, non si distinguerebbe fra clienti serviti nel mercato libero e in regime di tutela);
 - gli scenari proposti configurerebbero un trattamento discriminatorio dei clienti in maggior tutela;
 - per le imprese che operano contemporaneamente nel mercato libero e come esercenti il servizio di maggior tutela gli orientamenti posti in consultazione aumenterebbero sensibilmente la complessità della gestione, registrazione e comunicazione dei dati relativi alle diverse tipologie di clienti;
 - si presenterebbero criticità circa l'identificazione del cliente "libero" ai fini dell'indagine di *customer satisfaction* ed in particolare si porrebbe il problema se includere dalla lista delle chiamate solo il cliente con

contratto nel mercato libero o anche il cliente potenziale che seleziona nell'IVR il tasto mercato libero per richiedere informazioni.

- 3.11 Un secondo gruppo di operatori (identificabili con i venditori con percentuali maggiori di clienti sul mercato libero elettrico) che hanno risposto alla consultazione hanno concordato con l'orientamento che escluderebbe dalla graduatoria gli esercenti la maggior tutela e hanno indicato come preferibile il secondo scenario che prevede che le imprese che esercitano il servizio di maggior tutela abbiano comunque accesso ai punteggi di qualità ulteriore al fine di un monitoraggio delle loro performance da parte del regolatore.
- 3.12 In relazione alla differenziazione del trattamento delle imprese ai fini della graduatoria si è dunque evidenziata una polarizzazione da un lato degli operatori del mercato libero a favore di una graduatoria depurata dal servizio di maggior tutela e dall'altro dagli operatori *incumbent* con posizioni orientate alla conservazione dello "status quo". A giustificazione dell'approccio più conservativo sono stati ricordati gli investimenti fatti fino ad ora per garantire un livello di qualità per tutti i clienti indifferente dal mercato di appartenenza.
- 3.13 Si evidenzia inoltre che tra gli operatori con prevalenza dei clienti sul mercato libero la preferenza per l'esclusione della maggior tutela è concorde per quanto riguarda l'esclusione degli esercenti la maggior tutela puri (o esclusivi), ma non così netta per le società miste che tuttavia, a loro volta, sono in alcuni casi contraddistinte da un peso preponderante dei clienti del servizio di maggior tutela sul totale dei clienti.
- 3.14 Infine va rilevato che nonostante la differenza di posizioni sono però condivise da quasi tutti gli operatori le seguenti considerazioni:
- è opportuno continuare ad assicurare almeno un monitoraggio dei servizi erogati anche per i clienti del servizio di maggior tutela;
 - la separazione della gestione, registrazione e comunicazione dei dati relativi alle diverse tipologie di clienti (clienti con contratto nel mercato libero e clienti del servizio in maggior tutela) aumenterebbe la complessità gestionale e i costi conseguenti.

Multicanalità

- 3.15 Per quanto riguarda la multicanalità gli orientamenti del documento per la consultazione 224/2014/R/com prevedevano la creazione di un nuovo punteggio parziale PCC in cui spostare anche questa caratteristica insieme alle iniziative con le associazioni dei consumatori e alla valorizzazione delle ADR⁵. Nel documento

⁵ La caratteristica proposta nel documento per la consultazione 224/2014/R/com prevedeva la valorizzazione delle procedure di conciliazione conformi alla direttiva ADR e ai requisiti di adesione fissati.

per la consultazione il concetto di multicanalità si presentava innovativo rispetto alla disciplina prevista attualmente dal TIQV infatti unificava modificandole adeguatamente le caratteristiche precedentemente associate a “multicanalità”, “servizi on line” e “sportelli fisici”.

- 3.16 Dalla consultazione è emersa una sostanziale condivisione per l'introduzione del nuovo punteggio parziale PCC, in relazione alla multicanalità e alla proposta di considerare e includere nell'attribuzione dei punteggi una gamma più ampia di strumenti di contatto, ulteriori rispetto al call center, messi a disposizione della clientela accanto alla valorizzazione dei tradizionali sportelli fisici.
- 3.17 Entrando più nel dettaglio sul tema della multicanalità si rileva che molti operatori (che già dispongono di sportelli) si sono schierati unanimemente nel richiedere una maggior valorizzazione degli stessi rispetto agli orientamenti proposti nel documento per la consultazione 224/2014/R/com (alcuni invocando gli investimenti già effettuati); ma non hanno fatto emergere, né identificato ulteriori elementi univoci utili a tal fine. Altri soggetti al contrario richiedono invece di non dare eccessivo peso agli stessi sportelli, considerando la loro apertura una scelta aziendale comparabile alle altre, ma di valorizzare tutta la gamma dei possibili strumenti di contatto, distinguendoli e catalogandoli. Infine due operatori e una associazione richiedono di valorizzare modalità evolute di integrazione di canali (ad esempio web e punti fisici).
- 3.18 La maggioranza dei rispondenti con riferimento alla multicanalità pur paventando il rischio di *over regulation* e appellandosi a principi di maggior libertà di azione hanno anche richiesto che fosse resa disponibile dal Regolatore una mappatura più particolareggiata degli strumenti e dei servizi rispetto a quella proposta nel documento per la consultazione e tale da consentire di misurare e valorizzare ciascuno strumento rispetto agli altri.
- 3.19 Dalla consultazione non sono tuttavia emersi elementi concreti o suggerimenti praticabili che consentano di dare attuazione alle richieste di catalogare, distinguere e comparare tutti gli strumenti di contatto ulteriori rispetto al call center ed in particolare che consentano di superare l'oggettiva difficoltà ad individuare:
 - punteggi correlati al complesso di servizi contraddistinti da caratteristiche strutturali eterogenee (si pensi al confronto tra lo sportello fisico e una apps);
 - un unico indicatore valido per servizi eterogenei o lo sviluppo di una serie di indicatori ad hoc per ciascuno strumento che possano confluire in un punteggio;
 - univocamente servizi che includano o escludano i servizi dispositivi, senza entrare pervasivamente in sistemi di misurazioni oggettivi comuni e

condivisi che aumenterebbero la complessità nella registrazione, gestione, comunicazione e controllo dei dati per la gestione del “sistema punteggi”.

- 3.20 Sulla base delle osservazioni generali e delle considerazioni sviluppate analizzando sia le risposte alla consultazione sia le informazioni raccolte precedentemente l’Autorità formula nella Parte III di questo documento nuovi orientamenti in relazione non solo al punteggio PCC, ma più in generale con riferimento alla qualità ulteriore e alla pubblicazione comparativa dei dati.

Indice di qualità telefonica (IQT) e indagini di soddisfazione sulla qualità dei call center

- 3.21 In relazione alla proposta di revisionare i pesi attribuiti ai singoli componenti di punteggio nella formula dell’indice globale di qualità dei servizi telefonici (IQT), la maggioranza degli operatori condivide il fatto che in questa fase di mercato sia opportuno assegnare più peso al giudizio diretto dei clienti che hanno usufruito dei servizi e che vengono intervistati. In particolare, la quasi totalità degli operatori ha optato per il peso del 40%, almeno in una prima fase, per assicurare una gradualità nell’attuazione ma dichiarandosi disponibile sin da subito in un successivo *step* di poter passare anche al 50%.
- 3.22 Per garantire maggior uniformità nei risultati e aumentare l’omogeneità delle imprese sottoposte alla *customer satisfaction* la maggior parte delle associazioni e delle singole aziende ha suggerito di innalzare la soglia minima delle chiamate/giorno al call center che consente ora la partecipazione all’indagine di *customer satisfaction* e quindi alla graduatoria (attualmente 200 chiamate) per garantire maggiore omogeneità nei risultati.
- 3.23 In relazione alle modifiche alle domande contenute nel questionario di indagine, oltre alle modifiche poste in consultazione sono state richieste altre integrazioni al questionario; alcuni operatori e un’ Associazione hanno invece suggerito l’eliminazione della Sezione A – Motivi e modalità di contatto e della sezione D - Domande anagrafiche in quanto ritenute informazioni non necessarie.
- 3.24 Le modifiche al questionario, viste le limitazioni temporali del questionario telefonico che può far durare l’intervista al massimo 10-15 minuti, devono mantenere inalterata la lunghezza dell’intervista. Pertanto è necessario per inserire o ampliare alcune domande eliminarne o sostituirne alcune (si veda BOX 1 a pag. 17); per quanto riguarda invece le Sezioni A e D le linee guida metodologiche per rilevazioni statistiche tecniche di indagini suggeriscono di prevedere all’inizio dell’intervista alcune domande specifiche per facilitare l’interazione tra l’intervistatore e l’intervistato che deve poter ricordare l’esperienza e definire esattamente sui i temi che interessano l’indagine escludendo altre esperienze similari; pertanto l’Autorità ritiene che la sezione A vada confermata poichè è funzionale a riportare l’interesse sulla specifica telefonata avvenuta nei giorni precedenti affinché la comprensione del questionario non risulti ambigua. E’

opportuno inoltre che i quesiti che implicano uno sforzo di memoria siano collocati verso la metà del questionario, per evitare che all'inizio il rispondente non sia ancora disponibile all'impegno e che alla fine sia troppo stanco. Infine riguardo invece la sezione D sulle domande anagrafiche l'Autorità ritiene che anch'essa vada confermata poiché la rilevazione di alcune caratteristiche socio demografiche è di ausilio alla lettura e spiegazione dei risultati di indagine.

- 3.25 Qualche operatore e una Associazione hanno richiesto inoltre di prevedere l'effettuazione dell'indagine su 6 mesi anziché concentrare le rilevazioni in 8-12 settimane per evitare di "viziare" l'esito della *customer satisfaction* con elementi circoscritti e tempestivamente risolti nel semestre. In relazione a tale aspetto viene illustrata una proposta ai punti 4.9-4.11 della Parte III di questo documento.

4 Parte III - Nuovi orientamenti per qualità dei call center e la pubblicazione comparativa

Premessa

4.1 L’Autorità ritiene prioritario continuare a garantire una adeguata tutela dei clienti nella fase di contatto telefonico con i propri fornitori di energia elettrica e gas e pertanto ritiene opportuno:

- mantenere la regolazione della qualità del call center , considerando che, fra le modalità di contatto, il call center è sicuramente quello più universale e accessibile alla platea di clienti attuali o potenziali più vasta;
- focalizzare tale regolazione sugli standard minimi e gli obblighi di servizio o comunque su caratteristiche inerenti la qualità dei call center in senso stretto;
- aderire alle richieste degli operatori di una maggior libertà nella definizione della qualità ulteriore dei call center per lo sviluppo di un mercato più competitivo non assoggettandola a punteggio specifico;
- non includere lo sviluppo delle altre modalità di contatto verso i clienti diverse dal call center nella regolazione della qualità dei call center;
- continuare a monitorare, attraverso le indagini di *customer satisfaction* semestrali, la qualità del servizio percepita dai clienti finali anche la fine di circoscrivere rapidamente eventuali fenomeni di peggioramento;
- individuare nuove modalità di confronto comparativo delle performance delle aziende in relazione alla qualità dei servizi telefonici.

4.2 Come già anticipato ai punti da 2.4 e 2.9 di questo documento l’Autorità intende pertanto continuare a tutelare i clienti attraverso gli obblighi di servizio previsti per i servizi telefonici commerciali e procedere come preannunciato all’aggiornamento degli standard generali di qualità degli indicatori Accessibilità al servizio (AS), Livello di servizio (LS) e Tempo medio di attesa (TMA). Tali proposte non vengono più sottoposte a consultazione e sono riassunte alle tabelle 1 e 2. Restano altresì ferme le previsioni di cui agli articoli 28 e 29 del TIQV in tema di registrazione ed obblighi di comunicazione e del comma 52.3 del TIQV in tema di ambito di applicazione della regolazione della qualità dei servizi telefonici.

Tabella 1 – Obblighi di servizio

Obblighi di servizio – Servizio telefonico commerciale	
Orario di apertura minimo	35 ore settimanali (lunedì-venerdì)
Obblighi generali di servizio	Confermati (artt. 21 e 22 del TIQV)

Tabella 2 – Standard generali di qualità dei call center attualmente in vigore e nuovi standard

Indicatore	Definizione	Nuovo standard
Accessibilità al servizio (AS)	Rapporto, tra il numero di unità di tempo in cui almeno una delle linee è libera e il numero complessivo di unità di tempo di apertura del <i>call center</i> con presenza di operatori	≥ 95 %
Tempo medio di attesa (TMA)	Tempo, espresso in secondi, intercorrente tra l’inizio della risposta, anche se effettuata attraverso l’ausilio di un risponditore automatico, e l’inizio della conversazione con l’operatore o di conclusione della chiamata in caso di rinuncia prima dell’inizio della conversazione con l’operatore.	≤ 200 secondi per 24 mesi
Livello di servizio (LS)	Rapporto tra il numero di chiamate andate a buon fine sul numero di chiamate che chiamano i <i>call center</i> e chiedono di parlare con un operatore	≥ 80 % per 24 mesi

Le proposte per la qualità ulteriore e la pubblicazione comparativa

- 4.3 Per quanto riguarda gli orientamenti sulla qualità ulteriore e la graduatoria, tenuto conto degli esiti della consultazione, l’Autorità ritiene opportuno superare il sistema a punteggio PA, PQ e PCC caratterizzato da regole impositive lasciando liberi gli operatori di individuare le misure ulteriori in linea con le esigenze dei propri clienti e gli obiettivi aziendali. Al contempo l’Autorità ritiene di confermare l’orientamento a monitorare la soddisfazione dei clienti finali con indagini di *customer satisfaction* semestrali effettuate su tutti i clienti delle imprese con un predeterminato numero di chiamate giorno per giorno di apertura del call center, in modo tale da acquisire l’opinione dei clienti che hanno usufruito effettivamente del servizio come monitoraggio della qualità percepita.
- 4.4 L’Autorità propone inoltre di non provvedere più a partire dal 1° semestre 2015 alla formazione e pubblicazione della graduatoria call center, ma di pubblicare in alternativa ogni anno entro il 31 maggio un rapporto sullo stato della qualità dei servizi telefonici in cui illustrare e commentare i dati sul rispetto degli obblighi di servizio e degli standard generali di tutte le imprese con più di 50.000 clienti e i risultati delle indagini di *customer satisfaction* delle imprese con almeno 400 chiamate su base giornaliera.
- 4.5 Nel rapporto annuale potrebbero essere inclusi elementi di approfondimento per tipologia di mercato, dimensione di azienda, composizione della clientela, con l’eventuale possibilità di trattare anche gli altri strumenti di contatto messi a disposizione della clientela (multicanalità) in forma descrittiva o di *best practices* dato che la varietà degli strumenti e l’innovatività nello sviluppo degli stessi non si presta a regole di misurazione e catalogazione non intrusive, bensì va stimolata e non predeterminata e stabilita in via definitiva come richiede un sistema a punteggi.

- 4.6 Per la predisposizione del rapporto annuale i dati da dichiarare oltre a quelli riferiti agli obblighi di servizio e agli standard generali necessari potrebbero essere rappresentati da un sottoinsieme dei dati attualmente richiesti (quindi semplificando anche le raccolte dati) e riguardare in particolare la facilità di navigazione, la gestione di code per picchi di chiamate e gli altri canali di contatto messi a disposizione della clientela, questi ultimi accompagnati da una breve descrizione. Si propone che tali dati siano richiesti a tutte le imprese con più di 50.000 clienti finali che hanno già un obbligo di comunicazione dei dati relativi agli obblighi di servizio e standard generali e non solo alle imprese coinvolte nell'indagine di *customer satisfaction*.
- 4.7 I dati comunicati semestralmente dalle imprese relativamente al rispetto degli obblighi di servizio e degli standard generali minimi potrebbero inoltre essere messi a disposizione dei clienti che potrebbero consultarli, anche indipendentemente dal rapporto annuale, come già avviene per altri dati statistici che l'Autorità mette a disposizione⁶ dei cittadini.
- 4.8 In relazione all'individuazione delle imprese da sottoporre all'indagine di *customer satisfaction*, l'innalzamento della soglia minima di chiamate su base giornaliera per la partecipazione all'indagine avrebbe l'effetto di concentrare l'indagine sulle aziende con clientela tendenzialmente più diffusa su tutto il territorio nazionale e superare alcune criticità legate al fatto che l'attuale graduatoria confronta aziende eterogenee in termini di dimensione e concentrazione geografica della clientela. L'innalzamento della soglia delle chiamate riducendo il numero delle imprese oggetto di indagine avrebbe anche il vantaggio di garantire una quota più elevata di interviste alle aziende partecipanti e di migliorare ulteriormente la significatività statistica dei risultati. Sulla base dei dati raccolti nelle precedenti indagini, si ritiene che la soglia necessaria alla partecipazione all'indagine fissata a 400 chiamate giorno consentirebbe di monitorare almeno una ventina di aziende di vendita.
- 4.9 Con riferimento all'indagine di *customer satisfaction* fino ad ora le rilevazioni si sono svolte nei mesi tra marzo-maggio e ottobre-novembre per la necessità di evitare di effettuare le rilevazioni in periodi in cui è più difficile intervistare i clienti (la metodologia dell'indagine di call-back richiede effettuare le interviste entro pochi giorni dalla chiamata) ed evitare i periodi interessati dalle festività pasquali, natalizie ed estive.
- 4.10 Una estensione del periodo di rilevazione potrebbe garantire una maggiore rappresentatività dei dati. Tuttavia se l'incremento dei tempi dovesse estendersi oltre 6 mesi, potrebbe creare qualche problema sia a monte (fase organizzativa) sia a valle (per l'elaborazione dei dati e la consegna tempestiva dei risultati).

⁶ Si veda la pagina internet Dati statistici http://www.autorita.energia.it/it/dati/elenco_dati.htm

- 4.11 Pertanto l'Autorità ritiene possibile estendere il periodo di rilevazione dalle 8- 12 settimane attuali alle 12 – 18 (massimo) settimane per semestre, in modo comunque da considerare le festività e i periodi di ferie. Un intervallo compreso tra un minimo 12 settimane e un massimo di 18 settimane per semestre potrebbe essere un giusto compromesso tra rappresentatività statistica ed esigenze operative.
- 4.12 Con riferimento al contenuto del questionario sulla base delle osservazioni pervenute si propone di modificare ed integrare il questionario di indagine come illustrato nel Box 1.

Box 1 – Proposte di modifiche ed integrazioni al questionario di indagine

Si propone di eliminare nella sezione B:

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

Si propone di riformulare nella sezione C:

C2. Secondo lei è necessario che il servizio con operatore sia attivo?

1. almeno da lunedì a venerdì
2. almeno da lunedì a sabato
3. anche nei giorni festivi

C3 Per quanto riguarda gli orari, a parte il servizio guasti e pronto intervento, secondo lei è necessario che il servizio con operatore sia attivo: ?

1. in orario d'ufficio
2. fino alle 20
3. fino alle 22
4. 24 ore su 24

C.6. Per migliorare il servizio di contatto la sua priorità andrebbe secondo lei?

1. maggiore sviluppo al canale telefonico
2. maggiore sviluppo degli sportelli
3. maggiore sviluppo di internet
4. altro _____specificare

C.7 Lei ha chiamato il call center perché l'ha considerato più comodo e più adeguato oppure perché non c'erano altre alternative e avrebbe preferito un'altra modalità di contatto?

1. perché è il canale più comodo
2. non avevo alternative e avrei preferito un altro canale _____specificare

C.7 Nel caso in cui Lei abbia contattato il venditore anche con un altro canale oltre al call center quale altra modalità ha utilizzato?

_____.specificare

4.13 Per quanto riguarda i controlli sui dati comunicati dalle aziende la maggioranza delle aziende che ha partecipato alla consultazione ha mostrato preferenza per l'ipotesi di azzeramento dei punteggi eventualmente impattati. In tale modo la penalizzazione avrebbe portato l'arretramento del soggetto interessato in graduatoria. Venendo meno la graduatoria, l'effetto deterrente in termini di immagine viene meno ma i controlli possono comunque essere effettuati sui dati comunicati e forniti per il rapporto annuale e sulla correttezza delle liste di clienti fornite per l'effettuazione dell'indagine di soddisfazione.

- 4.14 L’Autorità intende consolidare le richieste di informazioni e chiarimenti per verificare i dati prima della pubblicazione del rapporto annuale, riservandosi di confrontare le registrazioni previste dall’articolo 28 del TIQV ed i dati comunicati o forniti per il rapporto annuale o le indagini di *customer satisfaction*.
- 4.15 L’Autorità ritiene che la rimodulazione degli orientamenti sulla qualità ulteriore e sulla graduatoria verso una regolazione meno prescrittiva:
- a) consentirà comunque di valorizzare gli investimenti nella qualità ulteriore telefonica già effettuati o che verranno programmati e realizzati in futuro poiché la verifica della qualità effettivamente erogata ai clienti tramite l’indagine di soddisfazione attivabile per le imprese di maggiori dimensioni (almeno 400 chiamate al giorno ai propri call center) consentirà di riscontrare l’effettivo livello di qualità erogato e verificare i ritorni sia alle imprese interessate che al sistema nel suo complesso. Sotto questo profilo le imprese continueranno a ricevere semestralmente ed in tempi più contenuti i singoli rapporti sulle indagini semestrali di *customer satisfaction*;
 - b) eviterà il rischio di *over regulation*, perché resteranno regolati solo obblighi di servizio e standard generali minimi e verrà superato il problema della valorizzazione di strumenti alternativi di contatto, di nuovo saranno i clienti a pesare con i loro giudizi l’eventuale multicanalità di cui hanno usufruito, mentre attraverso il Rapporto annuale sarà comunque possibile informare i clienti della disponibilità di tali servizi;
 - c) sarà evitato il paventato fenomeno della discriminazione e confusione e disorientamento per i clienti poiché non sarà presentata più una sola graduatoria sintetica, ma un insieme di informazioni organizzate che daranno conto dei risultati conseguiti in termini di standard generali ed eventuali servizi ulteriori messi a disposizione dei clienti a seconda dei diversi segmenti di mercato.
- 4.16 L’Autorità ritiene che le modifiche alla regolazione della qualità dei call center poste in consultazione in questo secondo documento possano meglio soddisfare sia le diverse aspettative dei clienti per un servizio telefonico di qualità, meno uniformato e maggiormente selettivo in relazione alla clientela, sia le richieste degli operatori di più libertà nella possibilità di differenziare i servizi e competitività sul mercato.

Q1 Si condivide la eliminazione dei punteggi della qualità ulteriore (PA, PQ, PCC)? Se no per quali ragioni?

Q2 Si condivide la sostituzione della graduatoria con un rapporto annuale in grado di meglio rappresentare la complessità? Se no, per quali ragioni?

Q3 Quali contenuti dovrebbe avere il rapporto annuale oltre o diversamente da quelli prefigurati al paragrafo 4.3?

Q4 Si condivide la proposta di mantenere comunque un obbligo di comunicazione di alcuni dati in relazione a specifici aspetti della qualità ulteriore? Quali dovrebbero essere tali aspetti se diversi da quelli indicati al paragrafo 4.4?

Q5 Si concorda con l'orientamento a richiedere anche alle imprese con più di 50.000 clienti, ma con meno di 400 chiamate giorno l'invio dei dati di cui al paragrafo 4.4 relativi ad alcuni aspetti della qualità ulteriore? Se no per quali motivi?

Q5 Si ritiene adeguata la soglia di 400 chiamate giorno per identificare le imprese da sottoporre all'indagine di customer satisfaction? Quali potrebbero essere delle soglie di telefonate/giorno alternative e perchè?

Q6 Si concorda con le modifiche proposte alle modalità di esecuzione dell'indagine di customer satisfaction, se no per quali motivi?

Q7 Si condividono le modifiche e le integrazioni proposte al questionario? Se no per quali motivi?

Q8 Quali altre tipologie di controllo e verifica dei dati comunicati oltre quelle illustrate potrebbero essere messe in atto?

5 Entrata in vigore del nuovo schema

- 5.1 Considerato che lo schema proposto di regolazione si fonda sugli elementi attualmente in vigore (obblighi, standard, obblighi di registrazione e comunicazione che vengono confermati) e che quindi non si richiederanno informazione diverse ma parte di quelle già comunicate fino ad ora, l'Autorità propone l'entrata in vigore delle nuove disposizioni a partire dal 1° semestre 2015 per tutte le aziende di vendita.

Q7 Si concorda con l'entrata in vigore della nuova regolazione con riferimento al primo semestre 2015? Quali fattori potrebbero rendere difficoltosa tale data di implementazione?

Tabella: Sintesi delle proposte

Obblighi di servizio (definiti sulla base della I° consultazione)		
Orario di apertura minimo	35 ore settimanali (lunedì-venerdì)	
Obblighi generali di servizio	Confermati (artt. 21 e 22 del TIQV)	
	<p>Per i <u>servizi telefonici commerciali privi di albero fonico</u> di dotarsi di call center, obbligo di rispettare gli standard generali di qualità, l'orario di apertura del call center con operatore e pubblicare sul sito internet e bollette i numeri di telefono. Per i <u>servizi telefonici commerciali dotati di albero fonico</u>, oltre gli obblighi previsti per i servizi telefonici commerciali privi di albero fonico le aziende devono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dotarsi di numero verde gratuito per chiamate effettuate da rete fissa; • porre almeno al secondo livello dell'albero fonico opzione esplicita di richiesta di parlare con un operatore, oppure, in alternativa, trasferimento della chiamata verso un operatore, o direttamente o in caso di operazioni su servizi automatici dispositivi non andate a buon fine; • indirizzare la chiamata verso un operatore in caso di errore nella digitazione o nel messaggio vocale o in caso di mancata risposta; <p>Nel conteggio dei livelli dell'albero fonico non si tiene conto dell'eventuale livello per la scelta tra i diversi servizi (aziende multiservizi, bilinguismo).</p>	
Standard generali (definiti sulla base della I° consultazione)		
AS	95%	
LS	80%	a 24 mesi - 85%
TMA	200	a 24 mesi - 180
Dati da comunicare		
<p>Oltre ai dati relativi al rispetto degli obblighi di servizio e degli standard generali sono richieste solo informazioni su:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilità di navigazione • Gestione di code per picchi di chiamata • Altri canali di contatto (descrizione) 		
Punteggi di qualità ulteriore		
<ul style="list-style-type: none"> • Eliminati 		
Graduatoria semestrale		
<ul style="list-style-type: none"> • Eliminata 		
Indagine di customer satisfaction		
<ul style="list-style-type: none"> • Imprese di vendita con almeno 400 chiamate giorno • Periodicità semestrale • Consegna rapporto imprese semestrale • Risultati confluiscono in un rapporto annuale 		
Rapporto annuale		
<ul style="list-style-type: none"> • Stato della qualità dei servizi telefonici (per tipologia di mercato e di impresa) 		

ARTICOLATO	In Appendice 1
-------------------	----------------

Allegato A: Articolato TIQV

Parte III-Qualità dei servizi telefonici

Modificati gli articoli 21, 23, 27 e 30

Sostituiti integralmente gli articoli 31 e 32

Eliminati gli articoli 33, 34, 35, 36

**PARTE I
DEFINIZIONI ED AMBITO DI APPLICAZIONE**

Titolo I - Definizioni

Articolo 1

Definizioni

- 1.1 Ai fini del presente provvedimento inerente la qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale si utilizzano le seguenti definizioni:
- “albero fonico” o IVR (Interactive voice responder) è un sistema costituito da un risponditore automatico con funzioni interattive che, in funzione delle risposte fornite dal cliente finale via tastiera o riconoscimento vocale, permette di accedere a menu di servizi e di richiedere di essere messi in contatto con un operatore;
 - “Autorità” è l’Autorità per l’energia elettrica il gas e il sistema idrico, istituita ai sensi della legge n. 481/95 e ss. mm.;
 - “*call center*” é un servizio telefonico commerciale dotato di tecnologie che permettono al venditore di registrare l’inizio della risposta, l’eventuale richiesta di parlare con un operatore, se la risposta avviene tramite risponditore automatico, e l’inizio della conversazione con l’operatore o, se precedente, la fine della chiamata;
 - “Cassa” è la Cassa Conguaglio per il Settore Elettrico;
 - “cliente finale” è il consumatore che acquista energia elettrica e/o gas naturale per uso proprio ed è connesso ad una rete di distribuzione con accesso a terzi;
 - “cliente finale multisito” è un cliente finale con più punti di prelievo/riconsegna che ha stipulato con uno stesso venditore uno o più contratti di fornitura, ciascuno dei quali per uno o più punti di prelievo/riconsegna;
 - “CNIPA” è il Centro Nazionale per l’Informatica nella Pubblica Amministrazione.
 - “data di invio” è:
 - per le comunicazioni inviate tramite fax o vettore, la data risultante dalla ricevuta del fax ovvero la data di consegna al vettore incaricato dell’inoltro; nel caso in cui il vettore non rilasci ricevuta, è la data risultante dal protocollo del venditore;

- per le comunicazioni trasmesse tramite posta elettronica o sistema telematico, la data di invio della comunicazione;
- per le comunicazioni presentate presso sportelli fisici, la data di consegna a fronte del rilascio di una ricevuta;
- “data di ricevimento” è:
 - per le comunicazioni inviate tramite fax o vettore, la data risultante dalla ricevuta del fax ovvero la data di consegna da parte del vettore incaricato dell’inoltro a fronte del rilascio di una ricevuta; nel caso in cui il vettore non rilasci ricevuta, è la data risultante dal protocollo del venditore;
 - per le comunicazioni trasmesse tramite posta elettronica o sistema telematico, la data di ricevimento della comunicazione;
 - per le comunicazioni presentate presso sportelli fisici, la data di presentazione a fronte del rilascio di una ricevuta;
- “dati tecnici” sono le informazioni e/o i dati in esclusivo possesso del distributore necessari al venditore per inviare al cliente finale la risposta motivata a un reclamo scritto, o a una richiesta di informazioni o a una richiesta di rettifica di fatturazione;
- “deliberazione n. 168/04” è la deliberazione 29 settembre 2004, n. 168/04;
- “deliberazione n. 134/06” è la deliberazione 28 giugno 2006, n. 134/06;
- “deliberazione n. 139/07” è la deliberazione 19 giugno 2007, n. 139/07;
- “deliberazione n. 156/07” è la deliberazione 27 giugno 2007, n. 156/07;
- “deliberazione n. 11/07” è la deliberazione 18 gennaio 2007, n. 11/07;
- “deliberazione n. 333/07” è la deliberazione 19 dicembre 2007, n. 333/07 e successive modifiche ed integrazioni;
- “deliberazione n. 152/06 “ è la deliberazione 19 luglio 2006, n. 152/06;
- “deliberazione n. 272/07” è la deliberazione 26 ottobre 2007, n. 272/07;
- “legge n. 481/95” è la legge 14 novembre 1995, n. 481;
- “livello di servizio” è la percentuale di chiamate con richiesta di parlare con un operatore andate a buon fine;
- “operatore” è una persona incaricata in grado di rispondere alle richieste del cliente finale che contatta il venditore relativamente a tutti gli aspetti principali della vendita di energia elettrica e/o di gas naturale;
- “posta elettronica certificata” è ogni sistema di posta elettronica nel quale, con le modalità previste dalla legge, è fornita al mittente documentazione

elettronica attestante l'invio e la consegna di documenti informatici da un gestore iscritto all'elenco pubblico del CNIPA;

- “reclamo scritto” è ogni comunicazione scritta fatta pervenire al venditore, anche per via telematica, con la quale il cliente finale, o per suo conto un rappresentante legale dello stesso o un'associazione di consumatori, esprime lamentele circa la non coerenza del servizio ottenuto con uno o più requisiti definiti da leggi o provvedimenti amministrativi, dalla proposta contrattuale a cui il cliente ha aderito, dal contratto di fornitura, dal regolamento di servizio, ovvero circa ogni altro aspetto relativo ai rapporti tra venditore e cliente finale, ad eccezione delle richieste scritte di rettifica di fatturazione;
- “richiesta scritta di informazioni” è ogni comunicazione scritta, fatta pervenire al venditore, anche per via telematica, con la quale un qualsiasi soggetto formula una richiesta di informazioni in merito al servizio elettrico e/o gas non collegabile ad un disservizio percepito, ivi compresa la comunicazione del cliente finale diretta all'esercente la vendita entrante, ai sensi della deliberazione ARG/elt 191/09 ed avente ad oggetto l'applicazione del corrispettivo C^{MOR};
- “richiesta scritta di rettifica di fatturazione” è ogni comunicazione scritta, fatta pervenire al venditore, anche per via telematica, con la quale un cliente finale esprime lamentele circa la non correttezza dei corrispettivi fatturati in merito al servizio elettrico e/o gas;
- “RQDG” è la Regolazione della qualità dei servizi di distribuzione e misura del gas, Parte I del Testo Unico della Regolazione della qualità e delle tariffe dei servizi di distribuzione e misura del gas per il periodo di regolazione 2009-2012, approvata con la deliberazione 7 agosto 2008, ARG/gas 120/08 e successive modifiche e integrazioni;
- ~~“servizio automatico dispositivo” è un servizio telefonico che permette al cliente finale di effettuare operazioni o transazioni relative al contratto di utenza direttamente tramite la tastiera del proprio telefono o riconoscimento vocale senza parlare con un operatore;~~
- “servizi *on line*” sono servizi erogati dai venditori tramite il proprio sito internet;
- “servizio telefonico commerciale” è il servizio telefonico che permette al cliente finale di mettersi in contatto con il proprio venditore per richieste di informazioni, prestazioni o servizi commerciali e inoltro di reclami; per ogni servizio telefonico commerciale possono essere resi disponibili uno o più numeri telefonici; il servizio telefonico commerciale può essere dotato di albero fonico o IVR;

- “sportello fisico” è un punto di contatto sul territorio reso disponibile dal venditore, per richieste di informazioni, prestazioni o servizi commerciali e inoltro di reclami;
- “Sportello” è lo Sportello per il consumatore di energia istituito dall’Autorità con deliberazione 14 maggio 2008, GOP 28/08;
- “standard generale di qualità” è il livello di qualità riferito al complesso delle prestazioni;
- “standard specifico di qualità” è il livello di qualità riferito alla singola prestazione da garantire al cliente;
- “tipologia di cliente finale” è la tipologia di cliente finale in base alle caratteristiche della fornitura di energia elettrica o di gas naturale; sono previste le seguenti tipologie di cliente finale:
 - cliente finale di energia elettrica in bassa tensione (BT) domestico;
 - cliente finale di energia elettrica in bassa tensione (BT) non domestico;
 - cliente finale di energia elettrica in media tensione (MT);
 - cliente finale di gas naturale in bassa pressione (BP);
 - cliente finale di energia elettrica (BT domestico, BT non domestico o MT) e di gas naturale (BP) con unico contratto (*dual fuel*);
 - cliente finale “multisito” è un cliente finale con più punti di prelievo/riconsegna che ha stipulato con uno stesso venditore uno o più contratti di fornitura, ciascuno dei quali per uno o più punti di prelievo/riconsegna;
- “tipologia di fornitura” è la tipologia di condizioni economiche e contrattuali applicate al cliente finale; sono previste le seguenti tipologie di fornitura:
 - clienti finali in regimi di tutela, definiti come i clienti finali di energia elettrica a cui sono applicate le condizioni dei servizi di vendita di maggior tutela di cui all’Allegato A della deliberazione del 27 giugno 2007 n. 156/07 ed i clienti finali di gas naturale a cui sono applicate le condizioni economiche di cui alla deliberazione n. 134/06;
 - clienti finali del mercato libero, definiti come i clienti finali diversi dai clienti finali in regimi di tutela e dai clienti in regime di salvaguardia o serviti dal fornitore di gas di ultima istanza;
- “TIQV” è il presente Testo integrato della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e di gas naturale;

- “valore medio semestrale” di un indicatore è la media aritmetica dei 5 migliori valori mensili dell’indicatore rilevati nel semestre considerato, calcolato con arrotondamento al primo decimale;
- “vendita” è l’attività di cui all’articolo 4, commi 4.8, 4.8bis e 4.19 di cui all’Allegato A della deliberazione n. 11/07, con l’esclusione dei servizi di salvaguardia di cui di cui all’Allegato A della deliberazione del 27 giugno 2007 n. 156/07 e di fornitura di gas di ultima istanza;
- “venditore” è il soggetto che esercita l’attività di vendita

Articolo 2

Ambito di applicazione

- 2.1 Sono tenuti al rispetto delle disposizioni contenute nel presente TIQV tutti i venditori relativamente ai clienti finali di energia elettrica alimentati in bassa e/o media tensione, ed ai clienti finali di gas naturale alimentati in bassa pressione.
- 2.2 Ai fini dell’applicazione delle disposizioni del presente TIQV, gli esercenti del servizio di fornitura di energia elettrica non soggetti agli obblighi di separazione societaria ai sensi della legge 3 agosto 2007, n. 125 si ritengono equiparati ai venditori.
- 2.3 La Parte III del presente TIQV si applica ai soli numeri telefonici dei venditori destinati in tutto o in parte alle tipologie di clienti finali alimentati in bassa tensione e/o in bassa pressione. Sono fatte salve le disposizioni di cui alla deliberazione n. 272/07.
- 2.4 I venditori con meno di 10.000 clienti finali, considerati come somma dei clienti finali di energia elettrica e di gas, e con almeno l’85% di tali clienti serviti su punti di prelievo/di riconsegna localizzati al massimo in tre comuni limitrofi al 31 dicembre dell’anno precedente a quello di riferimento sono esclusi dagli obblighi di cui alla Parte III purché siano dotati di uno o più sportelli aperti al pubblico in uno o più comuni per un numero minimo complessivo di ore settimanali pari a 25.

Omissis....

PARTE III
QUALITA' DEI SERVIZI TELEFONICI
Titolo I – Obblighi generali di servizio

Articolo 21

Obblighi dei servizi telefonici commerciali privi di albero fonico

- 21.1 Il venditore ha l'obbligo di:
- a) disporre di un servizio telefonico commerciale con uno o più numeri telefonici;
 - b) garantire un orario di apertura del servizio telefonico commerciale con presenza di operatori per un numero minimo settimanale di 35 ore,
 - c) pubblicare nel proprio sito internet e riportare nei documenti di fatturazione i numeri telefonici del servizio telefonico commerciale con l'indicazione del tipo di chiamate alle quali sono dedicati, **nonché, almeno nel sito internet**, dell'orario di apertura del servizio di cui alla precedente lettera b);
 - d) dotarsi di call center e rispettare gli standard generali di qualità dei servizi telefonici di cui al successivo Articolo 27.

Articolo 22

Obblighi dei servizi telefonici commerciali dotati di albero fonico

- 22.1 Il venditore, nel caso in cui decida volontariamente di dotare il proprio servizio telefonico commerciale di albero fonico, in aggiunta a quanto previsto dall'Articolo 3, comma 21.1:
- a) mette a disposizione dei clienti finali uno o più numeri verdi totalmente gratuiti almeno per telefonate da rete fissa;
 - b) inserisce almeno al secondo livello dell'albero fonico un'opzione esplicita di richiesta di parlare con un operatore, oppure, in alternativa, prevede che a qualunque opzione di secondo livello corrisponda il trasferimento della chiamata verso un operatore, o direttamente o in caso di operazioni su servizi automatici dispositivi non andate a buon fine;
 - c) prevede l'indirizzamento verso un operatore in caso di errore nella digitazione o nel messaggio vocale o in caso di mancata risposta.
- 22.2 Ai fini dell'adempimento di quanto previsto al precedente comma 22.1, lettere b) e c), nel conteggio dei livelli dell'albero fonico non si tiene conto dell'eventuale livello per la scelta:

- a) della lingua per le imprese operanti in province nelle quali le stesse hanno l'obbligo di garantire ai clienti finali di potersi esprimere nella propria lingua madre;
- b) tra i diversi servizi (ad esempio elettricità, gas, acqua, altri servizi).

Titolo II – Indicatori e standard di qualità dei *call center*

Articolo 23

Indicatori di qualità dei call center

- 23.1 Ai fini della definizione degli standard generali di qualità dei *call center* vengono definiti i seguenti indicatori:
- a) accessibilità al servizio (AS);
 - b) tempo medio di attesa (TMA);
 - c) livello del servizio (LS).
- 23.2 Nel caso in cui il venditore svolga più servizi e non risulti possibile stabilire a quale servizio si rivolge la chiamata telefonica, concorrono al computo degli indicatori di cui al comma precedente, **lettere b) e c)**, tutte le chiamate telefoniche dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con un operatore o che sono stati reindirizzati da parte di servizi automatici ad un operatore, indipendentemente dal servizio.
- 23.3 Per le aziende che dispongono di più numeri telefonici per il servizio telefonico commerciale, i livelli effettivi per ciascuno degli indicatori di cui al comma 23.1 devono essere calcolati in maniera aggregata con riferimento a tutti i numeri telefonici destinati in tutto o in parte alle tipologie di clienti finali alimentati in bassa tensione e/o in bassa pressione

Articolo 24

Accessibilità al servizio

- 24.1 L'indicatore accessibilità al servizio (AS) è pari al rapporto, nel mese considerato, tra il numero di unità di tempo in cui almeno una delle linee è libera e il numero complessivo di unità di tempo di apertura del *call center* con presenza di operatori, moltiplicato per 100, dove l'unità di tempo è scelta liberamente dal venditore; l'indicatore AS è calcolato con arrotondamento alla prima cifra decimale.
- 24.2 Per la rilevazione dell'indicatore AS non sono conteggiate le linee telefoniche assegnate a servizi di autolettura, se tali servizi sono resi con numeri telefonici separati da quelli utilizzati per le conversazioni con operatore.

Articolo 25

Tempo medio di attesa

- 25.1 Il tempo di attesa telefonica è, con riferimento ad una chiamata telefonica da parte di un cliente finale, il tempo, espresso in secondi, intercorrente tra l'inizio della risposta, anche se effettuata attraverso l'ausilio di un risponditore automatico, e l'inizio della conversazione con l'operatore o di conclusione della chiamata in caso di rinuncia prima dell'inizio della conversazione con l'operatore.
- 25.2 L'indicatore tempo medio di attesa (TMA) è pari alla media aritmetica, nel mese considerato, dei tempi di attesa telefonica delle chiamate dei clienti finali che:
- a) hanno parlato con un operatore o a seguito di una loro richiesta o a seguito di reindirizzamento da parte dei sistemi automatici ad un operatore;
 - b) pur avendo richiesto di parlare con un operatore, sono terminate prima dell'inizio della conversazione con l'operatore stesso.

Articolo 26

Livello di servizio

- 26.1 L'indicatore livello di servizio (LS) è pari al rapporto, nel mese considerato, tra il numero di chiamate telefoniche dei clienti finali che hanno effettivamente parlato con un operatore e il numero di chiamate dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con operatore o che sono state reindirizzate dai sistemi automatici ad un operatore, moltiplicato per 100; l'indicatore LS è calcolato con arrotondamento alla prima cifra decimale.

Articolo 27

Standard generali di qualità dei call center

- 27.1 Gli standard generali di qualità dei *call center* per ciascuno degli indicatori di cui all'Articolo 23, comma 23.1, sono definiti dalla tabella 3.

Tabella 3 – Standard generali di qualità dei call center

Indicatore	Standard generale
Accessibilità al servizio	AS \geq 95 %
Tempo medio di attesa	TMA \leq 200 secondi
Livello di servizio	LS \geq 80 %

- 27.2 La rilevazione degli indicatori è effettuata a livello di venditore e a cadenza mensile; lo standard generale si intende rispettato nel semestre considerato se i valori mensili rilevati risultano uguali o migliori dello standard generale in almeno 5 mesi su 6.
- 27.3 Il mancato rispetto dello standard generale per uno stesso indicatore (AS, TMA, LS) per due semestri consecutivi, o la violazione degli obblighi generali di servizio di cui al Titolo I della parte III del presente TIQV, **possono costituire** presupposto per l'apertura di un procedimento sanzionatorio ai sensi dell'Articolo 2, comma 20, lettera c), della legge n. 481/95.

Titolo III – Obblighi di registrazione e di comunicazione dei *call center*

Articolo 28

Obblighi di registrazione

- 28.1 Il venditore ha l'obbligo di registrare, per ogni chiamata telefonica pervenuta al *call center*, i seguenti dati necessari a rendere verificabili gli indicatori TMA e LS:
- a) data e istante di inizio della chiamata;
 - b) l'istante di inizio della conversazione con l'operatore o, se precedente, della fine della chiamata;
 - c) l'eventuale richiesta di parlare con un operatore;
 - d) l'esito della chiamata (richiesta di parlare con un operatore andata a buon fine o meno).
- 28.2 Il venditore registra inoltre le informazioni e i dati necessari a rendere verificabili il livello effettivo dell'indicatore AS.

Articolo 29

Obblighi di comunicazione

- 29.1 Entro il 28 febbraio ed il 30 settembre di ciascun anno, il venditore comunica all'Autorità con riferimento a ciascuno dei mesi del semestre precedente:
- a) il numero di chiamate telefoniche che hanno richiesto di parlare con un operatore, e il numero di quelle alle quali è stata data risposta;
 - b) il livello di accessibilità al servizio (AS);
 - c) il tempo medio di attesa (TMA);
 - d) il livello di servizio (LS).
- 29.2 L'Autorità utilizza le informazioni ed i dati comunicati ai fini della **pubblicazione comparativa annuale**.

Titolo IV – Indagine di soddisfazione relativa ai *call center*

Articolo 30

*Indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai *call center**

- 30.1 L'Autorità effettua a cadenza semestrale una indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai *call center* dei venditori.
- 30.2 L'indagine è effettuata attraverso la metodologia del *call-back*, intervistando i clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center*. A tal fine ogni venditore di cui all'art. 52, comma 52.3, lettera a), fornisce, secondo istruzioni operative definite con determinazione del Direttore della Direzione Consumatori **Conciliazioni ed Arbitrati** dell'Autorità e con modalità tali da garantire adeguate misure di sicurezza, gli elenchi dei clienti **finali** che hanno parlato con un operatore di *call center* necessari per l'effettuazione dell'indagine, corredati delle informazioni necessarie allo svolgimento dell'indagine definite nelle istruzioni operative. È esonerato dall'indagine il venditore i cui *call center* abbiano ricevuto, nel semestre precedente, un numero medio di chiamate telefoniche inferiore a 400/giorno calcolato con riferimento al numero dei giorni di apertura del *call center* **nella settimana**; ai fini dell'esonero il venditore, entro il mese successivo al semestre interessato, è tenuto a comunicare all'Autorità il numero medio giornaliero delle chiamate ricevute ai propri *call center* nel semestre precedente;
- 30.3 In esito all'indagine di soddisfazione dei clienti, 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 dall'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

- 30.4 I venditori di cui all'Articolo 52, comma 52.3, lettera a), possono, con modalità definite con determinazione del Direttore della Direzione Consumatori **Conciliazioni ed Arbitrati** dell'Autorità, compartecipare alla realizzazione dell'indagine di soddisfazione dei clienti 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.

Titolo V – Pubblicazione comparativa annuale

Articolo 31

Caratteristiche ulteriori dei call center

- 31.1 Ai fini della pubblicazione comparativa annuale sui call center i venditori comunicano ai sensi dell'Articolo 29, comma 29.1 anche le informazioni relative a:
- a) la multicanalità;
 - b) la facilità di navigazione dei servizi automatici;
 - c) l'esistenza dei servizi per la gestione di code per l'attesa;
- 31.2 La multicanalità si intende riferita alla disponibilità di uno o più modalità di contatto ulteriori rispetto al call center che consentano al cliente finale di ottenere informazioni o gestire pratiche. Le informazioni richieste riguardano:
- a) i canali disponibili;
 - b) i servizi offerti,
 - c) se disponibile, una stima degli accessi.
- 31.3 La facilità di navigazione nell'albero fonico è riferita al rispetto di quanto previsto dal comma 22.1, lettera b), con riferimento al primo livello dell'albero fonico.
- 31.4 Per servizi per la gestione delle code di chiamate in attesa del colloquio con l'operatore nei momenti di intenso traffico telefonico si intendono le alternative offerte al cliente finale di essere richiamato (a scelta del cliente) e/o di ricevere segnalazioni durante l'attesa di parlare con un operatore del tempo di attesa stimato. Le informazioni richieste riguardano la disponibilità dei seguenti servizi:
- a) possibilità di essere richiamati in una fascia oraria determinata dal venditore

- b) possibilità di essere richiamati in una fascia oraria a scelta del cliente
 - c) segnalazione del numero di chiamate che precedono in coda e/o del tempo stimato di attesa
- 31.5 Il venditore che dichiara i servizi di cui ai commi precedenti è tenuto a registrare le informazioni e i dati necessari a rendere verificabili le caratteristiche ulteriori per le quali fornisce le informazioni

Articolo 32

Rapporto annuale sulla qualità del call center

- 32.1 Sulla base dei dati comunicati all'Autorità semestralmente da ogni venditore ai sensi dell'Articolo 29, comma 29.1 e dell'articolo 31, e attraverso l'acquisizione dei risultati delle indagini di soddisfazione dei clienti di cui all'Articolo 30 viene pubblicato entro il 30 giugno di ogni anno un rapporto sulla qualità dei call center), finalizzato alla valutazione comparativa della qualità dei call center.
- 32.2 Ai fini del rapporto possono essere utilizzati anche i dati di cui all'articolo 39, comma 39.1.

omississ