

Allegato 1 alla delibera n. 255/24/CONS

ESITI DELLA CONSULTAZIONE PUBBLICA

AVVIATA CON DELIBERA N. 436/22/CONS

***“AVVIO DI UN PROCEDIMENTO E DI UNA CONSULTAZIONE PUBBLICA
PER LA REVISIONE DELLA DISCIPLINA E DEGLI INDICATORI DI QUALITA’
DEL SERVIZIO DI ASSISTENZA CLIENTI NEL SETTORE DELLE
COMUNICAZIONI ELETTRONICHE E DEI SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI”***

Sommario

La consultazione pubblica	1
Sintesi dei contributi e valutazioni. Considerazioni generali.	2
Sintesi dei contributi e valutazioni. Osservazioni sulle singole disposizioni.	7

La consultazione pubblica

Con la delibera n. 436/22/CONS, del 20 dicembre 2022, recante “*Avvio di un procedimento e di una consultazione pubblica per la revisione della disciplina e degli indicatori di qualità del servizio di assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi*”, l’Autorità ha avviato una consultazione pubblica per la revisione della disciplina e la qualità dei servizi di contatto per assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media, in ottica di allineamento alle moderne tecnologie di assistenza digitale e al nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche in materia di indicatori di qualità (KPI), trasparenza delle informazioni fornite agli utenti, modalità di presentazione e tracciabilità del reclami, misurazione della effettiva qualità raggiunta e rispetto di standard minimi.

I SOGGETTI PARTECIPANTI

Alla consultazione hanno partecipato con propri contributi i seguenti soggetti: Associazione italiana internet provider (di seguito denominata **AIIP**), Assotelecomunicazioni (di seguito denominata **ASSTEL**), Fastweb S.p.A. (di seguito denominata **FASTWEB**), Amazon Digital UK Limited (di seguito denominata **ADUK**), DAZN Limited (di seguito denominata **DAZN**), POSTEPAY S.p.A. (di seguito denominata **POSTEPAY**), ENEL Italia S.p.A. (di seguito denominata **ENEL**), Eolo S.p.A (di seguito denominata **EOLO**), ILIAD Italia S.p.A. (di seguito denominata **ILIAD**), RTI S.p.A (di seguito denominata **RTI**), Sky Italia S.r.l. (di seguito denominata **SKY**), TIM S.p.A. (di seguito denominata **TIM**), Tiscali S.p.A. (di seguito denominata **TISCALI**), Vodafone Italia S.p.A. (di seguito denominata **VODAFONE**) e WindTre S.p.A. (di seguito denominata **WINDTRE**), Retelit e Irideos S.p.A. (di seguito denominate **RETELIT/IRIDEOS**), VIANOVA S.p.A. (di seguito denominata **VIANOVA**).

Le Associazioni dei consumatori **Adiconsum**, **Adusbef**, **Federconsumatori**, hanno illustrato le proprie osservazioni nell’ambito di un’audizione, tenutasi il 23 marzo 2023.

Sintesi dei contributi e valutazioni. Considerazioni generali.

In generale la maggior parte dei rispondenti condivide l'opportunità di adeguare la vigente regolamentazione riguardante i servizi di assistenza, alla luce del mutato contesto in cui ci si trova.

Le **Associazioni dei consumatori** segnalano che la regolamentazione che verrà deliberata in merito alle modalità di contatto tra consumatori e aziende, dovrà prevedere modalità distinte per richieste relative a possibili disservizi, che potrebbero generare contenziosi, e tutte le altre tipologie di contatto. Sottolineano, inoltre, che i contatti fra consumatori e azienda, relativi a richieste per possibili disservizi, guasti e reclami, indipendentemente dallo strumento di contatto utilizzato (sia digitale che telefonico o scritto): **(a) dovranno essere sempre gratuiti per l'utente; (b) dovranno garantire l'identificazione del consumatore titolare del contratto; (c) dovranno essere sempre tracciabili; (d) e che i relativi atti dovranno essere disponibili su supporto durevole.**

Segnalano inoltre che i reclami devono essere sempre identificabili con un **“numero di reclamo”** fornito al consumatore dall'azienda indipendentemente dalla richiesta del consumatore stesso ed essere misurati, con **specifici indicatori, per determinare la qualità del servizio offerto.** Le Associazioni intervenute concordano sul fatto che **tutti i canali di assistenza clienti devono essere gratuiti a prescindere dalla tecnologia utilizzata** e propongono, per la valutazione della percezione della qualità dell'assistenza fornita all'utente, il coinvolgimento periodico del tavolo permanente fra Autorità e Associazioni dei consumatori anche per mettere a confronto e valutare i dati rilevati in base all'art. 9 dello schema di Regolamento.

AGCOM ritiene condivisibili le proposte delle Associazioni dei consumatori, rilevando che la proposta di provvedimento sottoposta a consultazione risulta in buona parte già in linea con quanto richiesto. Rinvia, ad ogni buon fine, ai successivi specifici capitoli in relazione alle modifiche apportate al Regolamento in esito alla consultazione pubblica.

Un'Associazione di operatori (**OMISSIS**) ritiene che l'Autorità dovrebbe: (a) fare in modo di **evitare ogni duplicazione nelle misurazioni**, negli obblighi di predisposizione di resoconti e relazioni, nella loro pubblicazione e nell'invio all'Autorità; (b) **astenersi da imporre minimi qualitativi non previsti dal legislatore comunitario** e non supportati da alcuna **attenta analisi di impatto delle misure** (al di là della non proporzionalità di siffatti obblighi, dubita della loro compatibilità con il nuovo quadro comunitario visto il tenore dell'art. 98 - *sedecies* del Codice rispetto a quello dei precedenti commi *2-bis* e *2-ter* dell'art. 72 del vecchio Codice); (c) **escludere di imporre misurazioni/resoconti/relazioni con periodicità diversa da quella annuale** (anche perché l'esperienza insegna che la clientela finale non manifesta alcun interesse verso tali resoconti che sembrano così gravare

inutilmente gli Operatori); (d) **accontentarsi dell'invio e il tempestivo aggiornamento del link nel quale rinvenire i resoconti pubblicati dall'operatore a beneficio degli utenti, senza richiedere l'ulteriore adempimento dell'invio di ogni resoconto e relazione all'Autorità;** (e) nel prevedere più canali di assistenza, **non imporre, al di fuori dell'assistenza telefonica, specifici canali aggiuntivi** e nello specifico **includere tra i contatti / canali digitali di cui allo schema di provvedimento anche la semplice posta elettronica**, poiché mentre è sicuramente nell'interesse di grandi Operatori sviluppare e promuovere il ricorso a canali di *e-caring* mediante *social* e applicazioni *web* (per contenere il ricorso all'assistenza telefonica, più costosa) **la predisposizione di questi ulteriori canali può risultare eccessivamente gravosa per Operatori di minori dimensioni con una base utenti contenuta**. Ritiene che l'Autorità dovrebbe quantomeno **graduare gli obblighi in funzione della dimensione degli Operatori**, come ad esempio già fatto in materia di contributi per le autorizzazioni generali di cui all'art. 11 e allegato 14 del Codice, dove sono previste contributi in misura agevolata per le imprese di minore dimensione, sostanzialmente individuate in quelle con meno di 50.000 utenti finali.

Un'altra Associazione di operatori (OMISSIS) ritiene, che i **principi cui ispirare la fornitura dei servizi di assistenza alla clientela** dovrebbero essere mantenuti in: (a) **chiarezza e trasparenza sulle modalità per usufruire del servizio di contatto;** (b) **chiarezza e correttezza delle informazioni rese all'utente;** (c) **tracciabilità del reclamo mediante l'assegnazione di un codice identificativo;** (d) **efficienza delle procedure di gestione dei reclami**, in modo da fornire informazioni complete e aggiornate ai clienti. Ritiene, altresì, che un efficace ed efficiente servizio di assistenza alla clientela dovrebbe essere tale da tutelare il consumatore senza imporre oneri non giustificabili in capo agli Operatori, quali sarebbero ad esempio quelli derivanti da obblighi di tracciamento e/o di informativa che nulla apportano in termini di maggior chiarezza e trasparenza nei confronti dell'utente finale.

Un operatore (OMISSIS) ritiene che gli obblighi che saranno imposti agli Operatori, nell'ambito dell'assistenza clienti, andrebbero individuati avendo una visione generale e ampia che consenta di valutare l'attuale situazione in cui si trova il mercato delle telecomunicazioni e le difficoltà che gli Operatori stanno riscontrando a causa degli eccessivi costi derivanti in primis dall'inflazione e dal caro energia. Evidenzia che occorre, altresì, garantire un mercato concorrenziale a tutela dell'utenza in cui anche gli **Operatori di medie e piccole dimensioni siano in grado di fornire i servizi senza un eccessivo e ingiustificato aggravio di spese**.

Un altro operatore (OMISSIS) ritiene l'intervento regolatorio dell'Autorità apprezzabile nel voler tener conto dell'evoluzione dei canali di comunicazione della clientela, rispetto alla quale vanno però considerate anche le attività gestionali a carico degli Operatori.

Un operatore (OMISSIS) ritiene che l'intervento dell'Autorità sia del tutto sproporzionato e che ben si possano garantire i medesimi obiettivi attraverso un intervento meno invasivo, che tenga adeguatamente conto delle misure già implementate dagli Operatori e che sia anche differenziato rispetto alla tipologia di servizio offerto. Ritiene, inoltre, che il quadro normativo richiamato non risulta idoneo a giustificare un intervento così ampio da parte dell'Autorità, peraltro con pesanti ripercussioni in termini di costi e di aggravio dei processi per gli Operatori. Infine, **ritiene che l'Autorità dovrebbe escludere la pay-tv dall'ambito di applicazione del provvedimento, dovendosi di conseguenza modificare la nozione di Operatore ivi contenuta.**

Un operatore del settore media (OMISSIS) ritiene che la disciplina riguardante gli indicatori di qualità del servizio di assistenza clienti nel settore dei servizi di comunicazione elettronica non possa essere estesa ai "fornitori di servizi media audiovisivi" per le seguenti ragioni: (a) in applicazione dei principi di ragionevolezza, logicità e non contraddittorietà dell'azione amministrativa, **alla luce delle differenze tra i due settori e del quadro normativo europeo e nazionale;** (b) in assenza di una base giuridica che consenta effettivamente al regolatore questa estensione; e comunque (c) in assenza di una clausola che escluda i fornitori di servizi di media audiovisivi stabiliti in uno Stato Membro diverso dall'Italia dalla sfera di applicazione del documento in consultazione.

Un altro operatore (OMISSIS) ritiene che, alla luce dei nuovi strumenti di contatto già messi a disposizione degli utenti da gran parte degli Operatori, non sia necessario introdurre, con previsioni eccessivamente prescrittive, ulteriori oneri in capo a questi ultimi, quali l'obbligo di implementazione di nuove modalità di assistenza o il mantenimento di strumenti ormai obsoleti che nulla in più possono apportare al cliente in termini di trasparenza, semplicità, tracciabilità ed efficacia della comunicazione e/o comunque di miglior supporto. Ritiene, altresì, che **la consultazione in oggetto può, pertanto, essere un'importante occasione per promuovere l'utilizzo di nuovi strumenti digitali** in ottica di miglioramento della *customer experience* degli utenti finali e migliorare il servizio di assistenza alla clientela, in un'ottica di bilanciamento tra effettivi benefici per il cliente e oneri economicamente sostenibili in capo agli Operatori.

Un operatore (OMISSIS) ritiene, in linea di principio, che la nuova disciplina debba in ogni caso tenere conto dei rilevanti oneri che oggi gravano sui soggetti attivi nel mercato delle comunicazioni elettroniche al fine di: (a) **non danneggiare e/o alterare la concorrenza, a svantaggio delle imprese con minori quote di mercato,** con pregiudizio in ultima istanza alla tutela del consumatore; (b) **non imporre agli Operatori oneri eccessivi in proporzione ai benefici che deriverebbero ai consumatori,** con il rischio che la gratuità dei servizi di assistenza telefonica possa risultare insostenibile anche da parte degli Operatori che fino ad

oggi hanno sempre affermato la sostenibilità del principio generalizzato di gratuità di tali servizi.

Un altro operatore del settore media (OMISSIS) ritiene non condivisibili, né giustificate dal quadro normativo, le misure poste in consultazione, che estendono anche al settore media audiovisivi l'obbligo di allestire call center gratuiti che gravano sui costi dell'operatore. Inoltre, ritiene illogico corredare di un *call center* telefonico un servizio attivabile e fruibile esclusivamente via Internet, e che il canale telefonico gratuito possa determinare effetti distorsivi. Evidenzia, infine, profili di illegittimità del provvedimento.

Un operatore del settore media (OMISSIS) ritiene che la nuova regolamentazione debba opportunamente tenere in considerazione le distinzioni che intercorrono tra fornitori tradizionali di servizi di comunicazioni elettroniche, anche mediante servizi di *Pay TV*, e *player* dei nuovi mercati di servizi digitali, tra cui rientrano i servizi media audiovisivi in *streaming a pagamento*. Affinché i modelli organizzativi dei *player* dei nuovi mercati di servizi digitali siano economicamente sostenibili e vengano, altresì, rispettati i principi di proporzionalità ed efficacia dell'azione amministrativa, gli obblighi nei confronti di questi *player* devono essere calibrati sulla base di: (a) dimensioni, anche in termini di organici, dell'operatore (questo parametro identifica il tempo-uomo necessario per rilevare, raccogliere e formulare gli indicatori di qualità prospettati nella Consultazione in esame); (b) fatturato, che necessariamente determina il fabbisogno organizzativo dell'operatore; (c) *customer base*; (d) specifica durata e peculiarità degli eventi sportivi, per i quali il servizio di Customer Service *in person* deve essere attivo in concomitanza degli eventi sportivi *live in streaming*.

Un altro operatore (OMISSIS) rappresenta che lo schema di provvedimento sottoposto a consultazione è caratterizzato da una *iper-regolazione* che, qualora entrasse in vigore, avrebbe come conseguenza principale quella di irrigidire ulteriormente il settore e generare costi ulteriori per gli Operatori, senza apportare reali benefici agli utenti.

Un partecipante (OMISSIS) auspica un alleggerimento della regolamentazione anziché un suo irrigidimento come appare desumersi dal testo sottoposto in consultazione, tenuto conto dell'evoluzione del mercato, del crescente successo dei canali digitali e della crisi di sostenibilità del comparto.

Un altro operatore (OMISSIS), al fine di tenere conto delle esigenze di natura tecnologica, organizzativa ed economica relative alle fasi di sviluppo e implementazione delle misure che l'Autorità intende introdurre, nonché di assicurare la necessaria formazione degli addetti al servizio di assistenza clienti, suggerisce la previsione di tempistiche più lunghe di implementazione, che si ipotizzano pari a circa 6-9 mesi dall'entrata in vigore del provvedimento. Ritiene, altresì, opportuno che vengano effettuate ulteriori valutazioni ispirate a criteri di proporzionalità, e conseguentemente orientate a bilanciare, da una parte,

il vantaggio atteso per l'utenza a seguito dell'introduzione di ciascuna misura e, dall'altra, l'onere implementativo richiesto agli Operatori; ciò tenendo conto delle situazioni esistenti, delle prassi di mercato e della sempre maggiore alfabetizzazione informatica e consapevolezza dei propri diritti riscontrabili mediamente presso l'utenza.

Un operatore (OMISSIS) ritiene auspicabile una revisione della disciplina che si orienti verso un modello di assistenza in cui siano fissati gli standard minimi di qualità, senza introdurre nuovi oneri (nuovi parametri obbligatori di misurazione) ma che, al contrario, favorisca il passaggio a un diffuso utilizzo dei servizi digitali, evitando una iper-regolazione di quest'ultimi, che avrebbe come unico risultato di irrigidire e privare il settore dei naturali sviluppi competitivi.

AGCOM prende atto di tutte le su riportate osservazioni da parte dei partecipanti alla consultazione. Nel rinviare agli specifici capitoli seguenti dove sono valutate le suddette specifiche richieste intende, a ogni buon fine, evidenziare che il presente provvedimento è stato preceduto da una approfondita analisi di impatto regolamentare di cui si dà conto in **Allegato 2** al presente provvedimento. Grazie agli utili contributi alla consultazione e alla citata analisi, le misure proposte in consultazione sono state modificate in modo da ottenere il massimo bilanciamento degli interessi dei soggetti economici e dei consumatori, evitando oneri non proporzionati in capo ai primi.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Sintesi dei contributi e valutazioni. Osservazioni sulle singole disposizioni.

ART. 1 – DEFINIZIONI

Comma 1

Le **Associazioni dei consumatori** chiedono di specificare che, **in riferimento al comma 1, lettera d)**, la “messaggistica certificata prevede l’accesso mediante identificazione”. Con riferimento al **comma 1 - lettera q)** chiedono di specificare che la comunicazione di reclamo “avviene sempre senza costi” e che il delegato sia stato “precedentemente comunicato per iscritto”.

AGCOM, con riferimento alle proposte di modifica di cui sopra ritiene che il tema dei costi del servizio sia più appropriatamente trattato nelle successive sezioni più che nelle definizioni. Si ritiene di accogliere la proposta di specificare che il soggetto “delegato” sia stato precedentemente indicato dall’utente finale.

Un’associazione di operatori (OMISSIS), con riferimento al comma 1, lettera i), chiede di integrare la definizione di “contatto digitale” con l’esempio della posta elettronica, per garantirne l’inclusione.

AGCOM, nel ritenere che la posta elettronica sia una delle forme di contatto digitale non reputa appropriato riportare esempi vista la vasta gamma di possibilità presenti e future che possono essere incluse nel “contatto digitale”.

Alcuni operatori rispondenti (OMISSIS, OMISSIS e OMISSIS), con riferimento al comma 1, lettera q), in cui si definisce il reclamo, chiedono che vengano individuate una o più casistiche che consentano di **distinguere i casi di disservizi dalle più generiche richieste di intervento o segnalazioni di problematiche che non costituiscono veri e propri disservizi e che, come tali, non dovrebbero essere incluse nella nozione e non dovrebbero prevedere le medesime modalità di gestione.**

AGCOM ritiene che la definizione di reclamo riportata nello schema di regolamento, laddove si indica che in caso di reclamo l’utente “*si rivolge direttamente all’operatore per chiedere la risoluzione di una problematica attinente alla esecuzione del contratto, attinente all’oggetto, le modalità o i costi della prestazione erogata, compresa la ritardata soluzione di un disservizio oggetto di segnalazione*”, sia sufficientemente specifica e applicabile senza ulteriori declinazioni. D’altra parte, l’esperienza degli operatori nella gestione dei reclami consente agli stessi di declinare, secondo criteri di ragionevolezza e buona fede, i casi di reclamo. Da ultimo, si richiama che l’operatore dedica un ramo nell’IVR ai reclami, per cui sarà lo stesso cliente finale a selezionare tale percorso in caso di reclamo.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al comma 1, lettera a), b) e t), chiede che l’“utente” sia da specificarsi come “l’utente finale che abbia stipulato un contratto per adesione con l’Operatore”.

AGCOM reputa, in relazione all’ambito di applicazione, che il presente provvedimento è coerente con le delibere dell’Autorità adottate in recepimento del Codice come, da ultimo, la delibera n. 307/23/CONS; in particolare l’art. 2 del Regolamento allegato a detta delibera stabilisce che *“Il presente regolamento si applica ai contratti tra operatori e utenti finali, fatte salve le disposizioni ove si fa esplicito riferimento ai soli a consumatori e a microimprese, piccole imprese e organizzazioni senza scopo di lucro”*. Pertanto, si rinvia a tale ultima delibera per la definizione di utente finale e per l’ambito di applicazione delle tutele previste dal Codice, inclusa l’assistenza clienti, la quale non contempla la distinzione degli stessi in funzione della tipologia di contratto. L’Autorità, in allineamento alla citata delibera, introduce, nell’art. 1 del presente Regolamento, la definizione di *utente finale* che si assume, in questa sede, equivalente a quella di *cliente*, nel caso di contratto già concluso.

ART. 2 – OGGETTO DELLA DIRETTIVA

Le **Associazioni dei consumatori** chiedono che nel **comma 2 venga anche inserita la gratuità di accesso al servizio**, specificando in quali casi.

AGCOM evidenzia che il tema dei costi del servizio è trattato nei capitoli 5 e 6.

Un operatore (OMISSIS) chiede di specificare che i “clienti” sono quelli che abbiano “stipulato un contratto per adesione con l’Operatore”.

AGCOM rinvia a quanto sopra chiarito e, in particolare, all’ambito oggettivo e soggettivo di applicazione declinato con la delibera n. 307/23/CONS.

ART. 3 – RESPONSABILITÀ DEGLI OPERATORI

Nessuna osservazione da parte dei rispondenti

ART. 4 – PRINCIPI GENERALI

In via preliminare si evidenzia che **molte rispondenti** segnalano, con riferimento al comma 2, lettera j), la **necessità di chiarire il concetto di “canale digitale” dal momento che lo stesso non è presente nelle definizioni di cui all’art. 1.**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM, nel condividere l'osservazione, sostituisce la nozione di “canale digitale” con quella definita all'articolo 1 di “contatto digitale” che al suo interno include la nozione di canale di contatto.

Le **Associazioni dei consumatori** chiedono di **specificare, con riferimento al comma 1, che alle modalità digitali si affianchi sempre un servizio, tra cui il call center, che deve essere con accesso gratuito.**

AGCOM evidenzia che il tema dei costi del servizio di assistenza clienti è trattato negli articoli 5 e 6.

Le **Associazioni dei consumatori**, con riferimento al **comma 2, lettera d)**, chiedono di specificare che occorre fornire sempre all'inizio di ogni contatto digitale e contatto telefonico, anche se non richiesto dall'utente, un codice di identificazione e che in caso di reclamo deve essere fornito sempre il numero identificativo del reclamo.

AGCOM evidenzia che l'obbligo di identificazione del reclamo è specificato al comma 6 dell'articolo 7.

Le **associazioni dei consumatori**, con riferimento al **comma 2, lettera e)**, chiedono di includere anche i casi di caduta della rete internet o telefonica prevedendo il ricontatto da parte dell'azienda.

AGCOM ritiene condivisibile l'osservazione, per cui l'operatore, ove possibile, proverà ad effettuare un tentativo di richiamata dell'utente. Viene inclusa la specifica nella lettera e) del comma 2 citato.

Con riferimento al **comma 2, le Associazioni dei consumatori propongono di aggiungere la lettera n)** per garantire, indipendentemente dalla modalità di contatto utilizzata, la possibilità all'utente di accedere immediatamente alla sessione dedicata alla segnalazione di disservizi, guasti e reclami, se questo è il motivo del contatto.

AGCOM, nel condividere l'osservazione, inserisce una specifica nel testo della lettera k) del comma 2.

Un'associazione di operatori (OMISSIS), con riferimento al **comma 2, lettera j)** chiede che il termine “canale digitale” venga sostituito con “contatto digitale”.

AGCOM richiama di aver già accolto l'osservazione.

La medesima associazione (OMISSIS), con riferimento al **comma 2, lettera k)** chiede di **eliminare la specifica “in tempo reale” o, in subordine, di aggiungere, in caso di eventuale indisponibilità dell'addetto, la richiamata entro 2 ore lavorative.** In alternativa chiede di escludere tale obbligo per gli Operatori di ridotte dimensioni.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM ritiene condivisibile la richiesta di rimuovere la “nozione di tempo reale” in quanto afferente ai tempi di risposta, seppur in modalità generica, non oggettiva e non misurabile; viceversa i tempi di risposta sono quantitativamente disciplinati nell’articolo 8 sugli “indicatori di qualità”.

Un operatore (OMISSIS), in riferimento al **comma 1**, **chiede che venga eliminata l’obbligatorietà del call center poiché un canale di assistenza considerato obsoleto**, e di inserire la frase “quale ad esempio la chat o la prenotazione di un ricontatto telefonico o il call center”. Con riferimento al comma 2, lettera j) chiede di prevedere in alternativa il call center o un canale digitale.

AGCOM, in relazione a quanto sopra, riferisce che la nozione di call center è specificata nell’articolo 1 laddove si prevede che il “*call center* è un insieme di risorse umane e di infrastrutture specializzate che consente contatti e comunicazioni con gli utenti, attraverso il servizio di telefonia fissa e/o mobile;”.

Il comma 1 dispone l’obbligo di prevedere un servizio di contatto che coinvolga una persona fisica, tra cui il *call center*.

L’Autorità ritiene, anche alla luce del recente Codice di condotta di cui alla delibera n. 197/23/CONS (“*Approvazione del Codice di Condotta di cui alla delibera n. 420/19/CONS sulle attività di teleselling e telemarketing avuto riguardo agli obblighi a tutela dei clienti finali derivanti dal codice delle comunicazioni elettroniche e dalle delibere dell’Autorità*”), vista la natura pubblica che riveste la fornitura dei servizi di comunicazione elettronica e l’analisi di impatto la quale ha evidenziato un utilizzo del canale telefonico per il 45% circa dei contatti (si veda l’analisi di impatto in **Allegato 2**), che il servizio di *call center* sia, allo stato, essenziale per garantire la necessaria assistenza agli utenti finali. Resta inteso che la contemporanea presenza di modalità di contatto digitali e l’accesso alle stesse da parte degli utenti finali, in modo spontaneo come evidenziato dall’analisi di impatto che vede un uso per il 55% circa dei contatti, potrà incidere sulla percentuale di contatti mediante il canale tradizionale e sul conseguente dimensionamento in termini di addetti e infrastrutture, in ossequio ai principi di libertà d’impresa ed efficientamento dei costi, purché ciò avvenga nel rispetto dei minimi standard qualitativi stabiliti dall’Autorità.

D’altra parte, da un punto di vista normativo, l’obbligo di messa a disposizione di un servizio di assistenza telefonica deriva da una serie di previsioni contenute nella legge istitutiva e nel Codice delle comunicazioni elettroniche già specificate nel provvedimento di avvio della consultazione pubblica e di seguito richiamate:

1. **Leggi 481/95 e 249/97**. Preliminarmente, giova rimarcarsi che all’Autorità è attribuito, tra i suoi compiti, quello di studiare “*l’evoluzione del settore e dei singoli servizi, anche per modificare condizioni tecniche, giuridiche ed economiche relative allo svolgimento o all’erogazione dei medesimi*”,

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

promuovere “*iniziative volte a migliorare le modalità di erogazione dei servizi*” e di emanare “*le direttive concernenti la produzione e l'erogazione dei servizi da parte dei soggetti esercenti i servizi medesimi, definendo in particolare i livelli generali di qualità riferiti al complesso delle prestazioni e i livelli specifici di qualità riferiti alla singola prestazione da garantire all'utente, ..., eventualmente differenziandoli per settore e tipo di prestazione*” (cfr art. 2, comma 12, lett. h e i) della legge n. 481/95);

Inoltre, l'Autorità:

l) pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi al fine di garantire la massima trasparenza, la concorrenzialità dell'offerta e la possibilità di migliori scelte da parte degli utenti intermedi o finali;

n) verifica la congruità delle misure adottate dai soggetti esercenti il servizio al fine di assicurare la parità di trattamento tra gli utenti, garantire la continuità della prestazione dei servizi, verificare periodicamente la qualità e l'efficacia delle prestazioni all'uopo acquisendo anche la valutazione degli utenti, garantire ogni informazione circa le modalità di prestazione dei servizi e i relativi livelli qualitativi, consentire a utenti e consumatori il più agevole accesso agli uffici aperti al pubblico, ridurre il numero degli adempimenti richiesti agli utenti semplificando le procedure per l'erogazione del servizio, assicurare la sollecita risposta a reclami, istanze e segnalazioni nel rispetto dei livelli qualitativi e tariffari;

p) controlla che ciascun soggetto esercente il servizio adotti, in base alla direttiva sui principi dell'erogazione dei servizi pubblici del Presidente del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 43 del 22 febbraio 1994, una carta di servizio pubblico con indicazione di standards dei singoli servizi e ne verifica il rispetto.

Inoltre, l'Autorità “*emana direttive concernenti i livelli generali di qualità dei servizi e per l'adozione, da parte di ciascun gestore, di una carta del servizio recante l'indicazione di standard minimi per ogni comparto di attività*” (cfr art. 1, comma 6, lett. b), n. 2 della legge n. 249/97), favorisce l'integrazione delle tecnologie e dell'offerta di servizi di comunicazioni (comma 15, lettera b) dell'art.1);

2. Il nuovo **Codice delle comunicazioni elettroniche**.

L'Art. 98-quater decies (Obblighi di informazione applicabili ai contratti) (ex art. 102 eccc; art. 70 cod. 2003) del nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, prevede, al comma 1, che *Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto o da un'offerta corrispondente, i fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina forniscono le informazioni necessarie di cui agli articoli 48 e 49 del Codice del consumo, nonché, in aggiunta, le informazioni elencate*

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

all'allegato 8, nella misura in cui tali informazioni riguardino un servizio da loro offerto.

Tra le informazioni in Allegato 8 ci sono f) dettagli e condizioni, compresi i contributi, su servizio postvendita, manutenzione e assistenza ai clienti;

Il comma 2 dello stesso citato articolo chiarisce che Le informazioni di cui ai commi 1, 3 e 5 sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni.

L'Articolo 98-quindecies (Trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni) (ex art. 103 eec - art. 71 Codice 2003) prevede, al comma 1, che Qualora i fornitori di servizi di accesso a internet o di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico assoggettino la fornitura di tali servizi a termini e condizioni, l'Autorità provvede affinché le informazioni di cui all'allegato 9 siano pubblicate da tutti i fornitori in questione o dalla stessa Autorità, in forma chiara, esaustiva. ...L'Autorità può precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui tali informazioni devono essere pubblicate.

Tra le informazioni da pubblicare, in Allegato 9, vi sono i Servizi offerti di assistenza postvendita, di manutenzione e di assistenza ai clienti e relativi recapiti.

L'Articolo 98-sedecies, (Qualità dei servizi relativi all'accesso a internet e dei servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico) (ex art. 104 eec - art. 72 Codice 2003) prevede, al comma 1, che L'Autorità può prescrivere ai fornitori di servizi di accesso a internet e di servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico di pubblicare, a uso degli utenti finali, informazioni complete, comparabili, attendibili, di facile consultazione e aggiornate sulla qualità dei servizi offerti.

In base al comma 2 "L'Autorità precisa, tenendo nella massima considerazione le linee guida del BEREC, i parametri di qualità del servizio da misurare, i metodi di misura applicabili e il contenuto, la forma e le modalità della pubblicazione, compresi meccanismi di certificazione della qualità. Se del caso, sono utilizzati i parametri, le definizioni e i metodi di misura indicati nell'allegato 10".

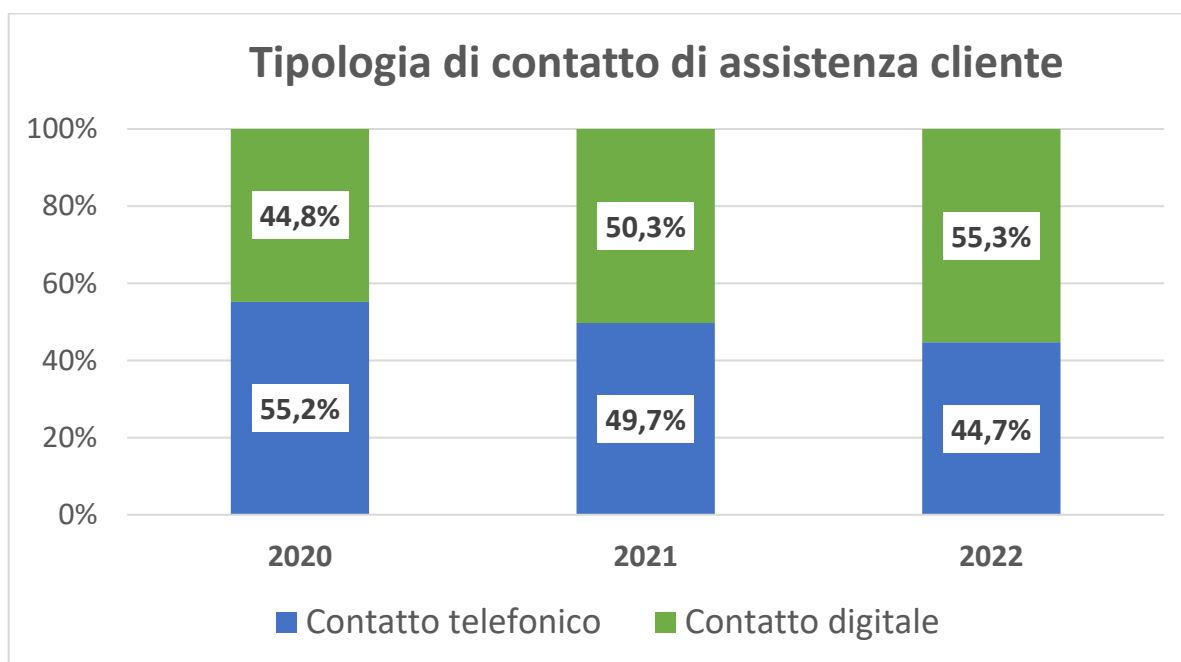
Orbene, il Berec nel suo documento Bor (20) 53 del 6 marzo 2020, recante "BEREC Guidelines detailing Quality of Service Parameters", annovera tra i parametri di qualità da poter considerare ai fini della regolamentazione, seppur non inseriti nell'allegato 10 del nuovo codice, ben due KPI per l'assistenza clienti.

- 1. Response time for operator services (Customer Care Services – Help Desk), definito come: "Time elapsed between the end of dialling to the instant the human operator answers the calling user to provide the service requested. Applicable to both fixed and mobile services."*

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

2. *Customer complaints resolution time*, definito come: “The duration from the instant a customer complaint is notified to the published point of contact of a service provider and is not found to be invalid to the instant the cause for the complaint has been resolved. Applicable to both fixed and mobile services.”

Avuto riguardo al fatto che l’assistenza clienti telefonica sia da considerarsi in disuso, si riferisce che i dati dell’analisi di impatto, di cui all’**Allegato 2**, allo stato mostrano il contrario, sebbene vi sia un aumento nell’uso del contatto digitale:



Suddivisione percentuale delle richieste di assistenza cliente ricevute dagli operatori TLC per contatti telefonici e digitali

Il contatto telefonico è ancora percepito come uno strumento essenziale da parte dei consumatori, ne consegue l’opportunità di una regolamentazione che ne garantisca la fornitura e la qualità e che fornisca delle indicazioni agli operatori del settore, in modo da garantire un assetto concorrenziale corretto grazie alla chiarezza delle regole.

Un operatore (OMISSIS) chiede che venga declinato il parametro descritto al comma 2, lettera d), ossia "fornire sempre, all’inizio di ogni contatto, un codice di identificazione o dell’addetto che fornisce assistenza o della sessione di assistenza che si è instaurata". Sul punto, precisa di disporre di un proprio Servizio Clienti composto da soli dipendenti dell’azienda, localizzati sempre in Italia, nelle proprie sedi. Pertanto, ad ogni chiamata

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

ricevuta al numero del suo call center risponde sempre - nel 95% delle chiamate entro 3 squilli - un addetto al Servizio Clienti che si identifica con il proprio nome, anche in considerazione del ristretto gruppo (poco più di 50) di dipendenti delegati all'attività.

Il medesimo operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 2, lettera j)** **richiede che venga specificato meglio cosa l'Autorità intenda per “canale digitale”** dal momento che non è definito all'art. 1, e che venga chiarito se la definizione di “contatto digitale” sia estendibile anche al concetto di “canale digitale” e se tale concetto comprenda esclusivamente i contatti che avvengono tramite chat, chat bot o form presente su pagina web, oppure anche i contatti tramite e-mail e PEC.

AGCOM chiarisce di aver già sostituito la nozione di canale digitale con quella di “contatto digitale”. Si conferma che le e-mail e le PEC fanno parte dei sistemi di contatto digitali.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 2, lettera d)**, ritiene che **in caso di contatto telefonico sia giusto fornire il codice di identificazione dell'addetto che fornisce assistenza** in quanto il cliente non ha altra traccia del contatto telefonico intercorso. **Per le sessioni di assistenza su canali digitali (Facebook, Twitter, ecc), si rende disponibile a identificare modalità che rendano trasparente e tracciabile la lavorazione dell'esigenza comunicata al servizio clienti.**

Un altro operatore (OMISSIS) rileva, con riferimento alla **lettera d)** che **richiedere l'identificativo dell'operatore (e non l'identificativo della pratica) è in contraddizione con i vincoli che derivano alle attività di customer care** dalla legislazione sul controllo a distanza, secondo cui il datore di lavoro non può nemmeno acquisire, sui sistemi, le informazioni che qualificano l'operatore.

L'Autorità fa a tale riguardo rilevare che l'identificativo può essere reso anonimo e associato al dipendente dall'operatore, senza che il cliente ne sia a conoscenza. Infatti, la misura in commento, che conferma quella in vigore con la delibera n. 79/09/CSP, prevede l'obbligo:

d. fornire sempre, all'inizio di ogni contatto, un codice di identificazione o dell'addetto che fornisce assistenza o della sessione di assistenza che si è instaurata;

Un rispondente (OMISSIS) chiede di specificare, con riferimento al **comma 1**, che il **coinvolgimento di un addetto sia contemplato solo per specifiche fattispecie di contatto (es. furto, smarrimento, disconoscimento, utenze che hanno servizi di sola voce).**

AGCOM non reputa praticabile fornire un elenco di dettaglio di fattispecie che richiedono il coinvolgimento di un addetto. Sarà poi la concreta modalità di implementazione del call center e, in particolare, dell'IVR, a mettere a disposizione dell'utente finale la possibilità di

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

richiedere l'intervento di un addetto. A tale proposito la lettera k fornisce già le indicazioni richieste dal rispondente:

*k. in relazione all'assistenza telefonica, adottare alberi di navigazione facilmente comprensibili, non eccessivamente complessi e ramificati, adeguati alle caratteristiche dell'offerta e alle necessità informative, **di assistenza e di reclamo degli utenti**, ai quali, in tale ultimo caso, deve essere riconosciuta la possibilità di parlare in tempo reale con un addetto; si osserva che l'intervento dell'addetto è previsto in caso di richiesta di assistenza e di reclamo da parte degli utenti.*

Il medesimo rispondente (**OMISSIS**), con riferimento **alla lettera i)**, chiede di **modificare la prescrizione prevedendo di “gestire la procedura di presentazione e lavorazione dei reclami, in tutte le sue fasi, tenendo conto del canale di assistenza”**.

AGCOM non reputa necessaria la specifica. Infatti, il concetto espresso dalla lettera i) è quello di prevedere modalità di presentazione e lavorazione dei reclami generalmente omogenee, in modo da semplificare l'accesso a tali strumenti da parte degli utenti. È evidente che le specifiche modalità tecniche dipenderanno dal metodo di contatto usato.

Il medesimo rispondente (**OMISSIS**), con riferimento **alla lettera j)**, chiede che **il canale digitale sia indicato come facoltativo**.

AGCOM ritiene, anche al fine di favorire una transizione al digitale e ridurre i costi in capo agli stessi operatori, opportuno che gli operatori mettano a disposizione degli utenti almeno un canale digitale. D'altra parte, è un fatto che tutti gli operatori, allo stato, utilizzano tali canali nel rapporto con gli utenti finali. Tuttavia, come riportato nell'articolo 5, la previsione è non obbligatoria. Viene pertanto precisata la previsione della lettera j) in modo da allinearla a quanto già chiaro nell'articolo 5.

Il medesimo rispondente (**OMISSIS**), con riferimento **alla lettera l)**, chiede che venga solo specificato che l'identificazione del CLI non deve essere usata per effettuare scelte che possano indurre il servizio di assistenza a non rispettare gli obiettivi di qualità. Chiede, infine, **la cancellazione della lettera m)**.

AGCOM non reputa di prendere in considerazione le proposte di cui sopra in quanto non adeguatamente motivate. D'altra parte, la lettera m) fa semplicemente riferimento alla normativa applicabile ai call center come da ultimo richiamata nel Codice di condotta approvato con delibera n. 197/23/CONS.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al comma 2, lettera j), rileva che, sulla base del tenore letterale della definizione di “contatto digitale” e di alcuni passaggi della delibera dai quali si evince che i “canali digitali” sono tutti i mezzi digitali alternativi alla chiamata a servizi di assistenza; **ne deduce che il servizio e-mail o PEC si possa pacificamente**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

considerare un “canale digitale” e concorda con la previsione in oggetto, ritenendo che l’obbligo di fornire almeno un canale via e-mail e/o PEC sia giustificato.

AGCOM conferma che la e-mail e la PEC rientrano nel novero dei contatti digitali.

ART. 5 – DISCIPLINA DEL SERVIZIO DI ASSISTENZA TELEFONICA

Comma 1

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al comma 1, ritiene che l'assistenza telefonica debba essere facoltativa e non obbligatoria per l'Operatore.

Un altro operatore del settore media (OMISSIS), con riferimento al comma 1, ritiene necessario lasciare a ciascun operatore nell'ambito della propria autonomia organizzativa ed imprenditoriale, la decisione in merito alle modalità di contatto da fornire al cliente e che prevedere la creazione di un call center *in person*, laddove un operatore si sia già dotato di un servizio digitale di assistenza analogamente strutturato ed efficiente, costituisca una misura sproporzionata rispetto agli obiettivi di tutela perseguiti, non necessaria e in ultima analisi inutilmente afflittiva per l'operatore.

Un rispondente (OMISSIS), in relazione al comma 1, chiede che venga previsto, in alternativa al call center, il canale digitale che l'operatore riterrà opportuno mettere a disposizione.

AGCOM ritiene non condivisibile quanto richiesto e che l'obbligo di un call center *in person*, in vigore ai sensi della delibera n. 79/09/CSP, debba essere confermato alla luce del quadro normativo già richiamato e che, ad ogni buon fine, di seguito si riporta.

1. **Leggi 481/95 e 249/97.** Preliminarmente, giova rimarcarsi che all’Autorità è attribuito, tra i suoi compiti, quello di studiare *“l'evoluzione del settore e dei singoli servizi, anche per modificare condizioni tecniche, giuridiche ed economiche relative allo svolgimento o all'erogazione dei medesimi”*, promuovere *“iniziative volte a migliorare le modalità di erogazione dei servizi”* e di emanare *“le direttive concernenti la produzione e l'erogazione dei servizi da parte dei soggetti esercenti i servizi medesimi, definendo in particolare i livelli generali di qualità riferiti al complesso delle prestazioni e i livelli specifici di qualità riferiti alla singola prestazione da garantire all'utente, ..., eventualmente differenziandoli per settore e tipo di prestazione”* (cfr art. 2, comma 12, lett. h e i) della legge n. 481/95);

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Inoltre, l'Autorità:

l) pubblicizza e diffonde la conoscenza delle condizioni di svolgimento dei servizi al fine di garantire la massima trasparenza, la concorrenzialità dell'offerta e la possibilità di migliori scelte da parte degli utenti intermedi o finali;

n) verifica la congruità delle misure adottate dai soggetti esercenti il servizio al fine di assicurare la parità di trattamento tra gli utenti, garantire la continuità della prestazione dei servizi, verificare periodicamente la qualità e l'efficacia delle prestazioni all'uopo acquisendo anche la valutazione degli utenti, garantire ogni informazione circa le modalità di prestazione dei servizi e i relativi livelli qualitativi, consentire a utenti e consumatori il più agevole accesso agli uffici aperti al pubblico, ridurre il numero degli adempimenti richiesti agli utenti semplificando le procedure per l'erogazione del servizio, assicurare la sollecita risposta a reclami, istanze e segnalazioni nel rispetto dei livelli qualitativi e tariffari;

p) controlla che ciascun soggetto esercente il servizio adotti, in base alla direttiva sui principi dell'erogazione dei servizi pubblici del Presidente del Consiglio dei ministri del 27 gennaio 1994, pubblicata nella Gazzetta Ufficiale n. 43 del 22 febbraio 1994, una carta di servizio pubblico con indicazione di standards dei singoli servizi e ne verifica il rispetto.

Inoltre, l'Autorità “*emana direttive concernenti i livelli generali di qualità dei servizi e per l'adozione, da parte di ciascun gestore, di una carta del servizio recante l'indicazione di standard minimi per ogni comparto di attività*” (cfr art. 1, comma 6, lett. b), n. 2 della legge n. 249/97), *favorisce l'integrazione delle tecnologie e dell'offerta di servizi di comunicazioni* (comma 15, lettera b) dell'art.1);

2. Il nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche

L'Art. 98-quater decies (Obblighi di informazione applicabili ai contratti) (ex art. 102 eccc; art. 70 cod. 2003) del nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche, di cui al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, prevede, al comma 1, che *Prima che il consumatore sia vincolato da un contratto o da un'offerta corrispondente, i fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico diversi dai servizi di trasmissione utilizzati per la fornitura di servizi da macchina a macchina forniscono le informazioni necessarie di cui agli articoli 48 e 49 del Codice del consumo, nonché, in aggiunta, le informazioni elencate all'allegato 8, nella misura in cui tali informazioni riguardino un servizio da loro offerto.*

Tra le informazioni in Allegato 8 ci sono *f) dettagli e condizioni, compresi i contributi, su servizio postvendita, manutenzione e assistenza ai clienti;*

Il comma 2 dello stesso citato articolo chiarisce che Le informazioni di cui ai commi 1, 3 e 5 sono fornite anche agli utenti finali che sono microimprese, piccole

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

imprese o organizzazioni senza scopo di lucro, a meno che esse non abbiano espressamente acconsentito a non applicare la totalità o parti di tali disposizioni.

L'Articolo 98-quindecies (Trasparenza, confronto delle offerte e pubblicazione delle informazioni) (ex art. 103 eec - art. 71 Codice 2003) prevede, al comma 1, che *Qualora i fornitori di servizi di accesso a internet o di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico assoggettino la fornitura di tali servizi a termini e condizioni, l'Autorità provvede affinché le informazioni di cui all'allegato 9 siano pubblicate da tutti i fornitori in questione o dalla stessa Autorità, in forma chiara, esaustiva. ...L'Autorità può precisare ulteriori prescrizioni relative alla forma in cui tali informazioni devono essere pubblicate.*

Tra le informazioni da pubblicare, in Allegato 9, vi sono i *Servizi offerti di assistenza postvendita, di manutenzione e di assistenza ai clienti e relativi recapiti.*

L'Articolo 98-sedecies, (Qualità dei servizi relativi all'accesso a internet e dei servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico) (ex art. 104 eec - art. 72 Codice 2003) prevede, al comma 1, che *L'Autorità può prescrivere ai fornitori di servizi di accesso a internet e di servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico di pubblicare, a uso degli utenti finali, informazioni complete, comparabili, attendibili, di facile consultazione e aggiornate sulla qualità dei servizi offerti.*

In base al comma 2 *“L'Autorità precisa, tenendo nella massima considerazione le linee guida del BEREC, i parametri di qualità del servizio da misurare, i metodi di misura applicabili e il contenuto, la forma e le modalità della pubblicazione, compresi meccanismi di certificazione della qualità. Se del caso, sono utilizzati i parametri, le definizioni e i metodi di misura indicati nell'allegato 10”.*

*Orbene, il Berec nel suo documento Bor (20) 53 del 6 marzo 2020, recante “BEREC Guidelines detailing Quality of Service Parameters”, annovera tra i parametri di qualità da poter considerare ai fini della regolamentazione, seppur non inseriti nell'allegato 10 del nuovo codice, ben due **KPI per l'assistenza clienti.***

3. *Response time for operator services (Customer Care Services – Help Desk), definito come: “Time elapsed between the end of dialling to the instant the human operator answers the calling user to provide the service requested. Applicable to both fixed and mobile services.”*
4. *Customer complaints resolution time, definito come: “The duration from the instant a customer complaint is notified to the published point of contact of a service provider and is not found to be invalid to the instant the cause for the complaint has been resolved. Applicable to both fixed and mobile services.”*

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

In relazione alla centralità che l'assistenza telefonica ancora assume nel mercato, si rinvia a quanto riportato in Allegato 2 sull'analisi di impatto della regolamentazione laddove si evidenzia un utilizzo di tale modalità di contatto per il 45% circa.

Comma 2

Un rispondente (OMISSIS) ritiene necessario **chiarire in maniera inequivocabile, in riferimento al comma 2, che gli Operatori possono utilizzare il “tono occupato” e/o** l'invito a richiamare successivamente in caso di aumenti importanti, improvvisi e/o non preventivabili delle chiamate ricevute dal call center, al fine di informare gli utenti delle particolari circostanze di congestione e di evitare ingolfamenti e/o gestioni frettolose dovute alla necessità di smaltire code di chiamate particolarmente importanti.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento ai commi 2 e 4, chiede che la scelta di rinviare ad un successivo ricontatto sia quella più appropriata e da seguire in tutti e due i casi.

AGCOM ritiene congruo prevedere che, in caso di congestione del sistema l'operatore, il cliente possa ricevere un messaggio che lo inviti a richiamare. Viene conseguentemente modificato il comma 2. Non si ravvisa la necessità di prevedere un tono di occupato o la richiamata nel caso del comma 4, laddove sarà l'utente, se del caso, a decidere di rilasciare la chiamata.

Comma 3

In via preliminare si osserva che **alcuni rispondenti** rappresentano la necessità che **l'Autorità lasci la decisione agli operatori in merito, con riferimento al comma 3, alla gestione dell'albero dell'IVR.**

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 3,** esprime **contrarietà nel prevedere che una delle prime voci dell'IVR dovrebbe consentire all'utente di ottenere assistenza da parte di un addetto, dovendosi preliminarmente individuare il motivo della chiamata del cliente e, di conseguenza, la tipologia di assistenza specialistica di cui ha bisogno e verso cui instradarlo.**

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 3,** ritiene che la **gestione dell'IVR deve essere lasciata all'operatore e chiedi di eliminare la prescrizione secondo cui le opzioni che consentono di colloquiare con un addetto costituiscono una delle prime voci dell'albero IVR.**

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al comma 3, chiede di eliminare la possibilità di colloquiare con un addetto nelle prime voci dell'IVR.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento al comma 3, ritiene che imporre l’inserimento di tale opzione tra le prime voci dell’IVR comporterebbe notevoli aggravii per gli Operatori senza un reale vantaggio per l’utenza, che anzi potrebbe trarne svantaggi.

AGCOM ritiene condivisibile, sulla base del principio della libertà d’impresa, che, una volta sanciti i principi di efficacia, trasparenza del *call center*, la scelta nella realizzazione dell’albero IVR resti in capo all’operatore. D’altra parte, appare ragionevole che si debba preliminarmente individuare il motivo della chiamata del cliente e, di conseguenza, la tipologia di assistenza specialistica di cui ha bisogno e verso cui instradarlo. Sarà, ad ogni buon fine il confronto competitivo a indurre gli operatori ad adottare soluzioni maggiormente gradite ai clienti. D’altra parte, l’Autorità ritiene sufficiente la richiesta, prevista al comma 3, di consentire l’assistenza da parte di un addetto e di presentare reclamo *nel minor tempo possibile*. Si rimuove, pertanto la specifica “costituiscono una delle prime voci dell’albero”.

Comma 5

Alcuni rispondenti hanno altresì richiesto l’eliminazione del comma 5, relativo al messaggio vocale sul tempo stimato di attesa, in quanto rappresenta un onere particolarmente gravoso e che non apporta concreti benefici per i consumatori.

Un operatore (OMISSIS) chiede che **venga eliminato il comma 5** in quanto eccede quanto strettamente necessario al raggiungimento dell’obiettivo di tutela che l’Autorità intende perseguire, ossia garantire al cliente di ricevere assistenza in modo efficace e tempestivo, **imponendo del tutto ingiustificatamente ingenti oneri in capo agli Operatori.**

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5, chiede che venga aggiunta la possibilità di “invito a prenotare un ricontatto o ad utilizzare uno degli ulteriori canali di assistenza a messi a disposizione”.**

Un rispondente (OMISSIS) ritiene **particolarmente gravoso quanto prescritto dal comma 5 che, unitamente alle altre prescrizioni, renderebbero non più sostenibile economicamente la fornitura di un servizio clienti gratuito.**

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 5 chiede di prevedere, in alternativa all’informazione sul tempo stimato di attesa, un messaggio di invito al ricontatto successivo.**

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5, ritengono che la previsione generi un onere particolarmente gravoso e che non apporti concreti benefici per i consumatori,**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

reputando **sufficiente garantire il diritto del cliente di essere posto in coda, qualunque sia il tempo di attesa**, e di rilasciare la chiamata esclusivamente di propria iniziativa.

AGCOM, alla luce dell'analisi di impatto economico, di cui all'**Allegato 2**, ravvisa evidenze per ritenere che la previsione di cui al comma 5 possa risultare onerosa a fronte di un servizio gratuito. Già allo stato emerge, infatti, un costo medio annuo di circa 12 euro per cliente che risulta allo stato sostenibile, ma non da incrementare alla luce del crescente utilizzo dei canali digitali, quali l'APP.

L'Autorità, ritiene che la comunicazione dello stimabile tempo di attesa consenta all'utente di valutare se restare in attesa o meno, se del caso liberando la risorsa del Call center nei momenti di particolare congestione, a tutto beneficio del servizio. Ad ogni buon fine si ritiene, pertanto, ragionevole prevedere la misura come facoltativa anche per tener conto delle caratteristiche degli operatori di minore dimensione che non necessariamente utilizzano call center esterni.

Comma 6

Un operatore (OMISSIS), infine, con riferimento al **comma 6**, chiede che **l'assistenza telefonica sia mantenuta al massimo per i 6 mesi successivi alla data di risoluzione del contratto**.

AGCOM ritiene, in relazione al comma 6, che la disciplina debba definire il periodo minimo e non massimo, il che avrebbe poco senso in termini di certezza del diritto dell'utente finale.

Comma 7

Alcuni rispondenti rappresentano la necessità che **l'Autorità lasci la decisione agli operatori in merito, con riferimento al comma 7, all'uso di numerazioni verdi/gratuite, per le quali non è previsto alcun tipo di addebito al chiamante**.

Un'associazione di operatori (OMISSIS), con riferimento al **comma 7**, ritiene che **l'Autorità non dovrebbe imporre l'uso di numerazioni verdi/gratuite per il chiamante. L'Autorità dovrebbe quindi lasciare agli Operatori la decisione se garantire anche la gratuità delle chiamate di assistenza e, affinché tale requisito divenga oggetto di confronto competitivo, imporre loro unicamente l'obbligo di dare debita evidenza della gratuità o meno dell'assistenza telefonica. In subordine, chiede che, in conformità al principio di proporzionalità, la gratuità possa essere circoscritta per gli Operatori di minori dimensioni alle chiamate provenienti dalla medesima rete e/o quantomeno da rete fissa per servizi di rete fissa, da rete mobile per servizi di rete mobile**.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al comma 7, ritiene che ad ogni modo, **andrebbe lasciata alla libertà imprenditoriale dell'operatore la valutazione sull'opportunità di fornire un servizio di assistenza clienti telefonico gratuito o a pagamento**

Un'altra associazione di operatori (OMISSIS), con riferimento al comma 7, ritiene che il **principio di gratuità delle chiamate non possa essere previsto in modo indifferenziato ma dovrebbe essere preservato per alcune tipologie di chiamate** (es. segnalazione di guasti, furto smarrimento, fattispecie di reclamo ben definite e circostanziate etc.), mentre nelle restanti ipotesi il prezzo della chiamata dovrebbe essere quantomeno in grado di coprire i costi del servizio reso, seppur con alcune eccezioni (es. le chiamate delle famiglie di utenti che fruiscono delle condizioni economiche agevolate regolamentate da AGCOM).

Un operatore (OMISSIS) con riferimento al comma 7 propone di **consentire l'addebito della chiamata al cliente con la tariffa base in caso di chiamate a carattere informativo, lasciando gratuito solo il caso di reclamo.**

Un altro operatore (OMISSIS), relativamente al comma 7, chiede di poter **prevedere un costo almeno per le chiamate** che non si riferiscano alla segnalazione di guasti, alla denuncia del furto/smarrimento di telefonini, all'inoltro di reclami (dalle fattispecie ben definite e circostanziate), oppure che non si risolvono in automatico con la sola consultazione dell'IVR (senza l'intervento quindi di un operatore umano), al fine di consentire un effettivo miglioramento della qualità del servizio di assistenza erogato, nonché la sostenibilità economica dell'indotto dei call center che operano lungo tutta la filiera. Specifica, inoltre, che la gratuità del servizio sarebbe poi sempre riservata agli utenti beneficiari delle previste condizioni economiche agevolate – regolamentate dall'Autorità con apposite Delibere – a prescindere dal motivo per il quale si rivolgono al servizio di assistenza telefonica.

Un rispondente (OMISSIS) osserva, con riferimento al comma 7, che **l'applicazione indiscriminata del principio di gratuità impedisce di configurare il servizio di assistenza in chiave competitiva, poiché porta gli Operatori a fornire il servizio in modo indifferenziato**, a svantaggio degli stessi utenti, privati della possibilità di scegliere tra proposte di assistenza diversificate che meglio rispondano alle loro esigenze.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento al comma 7, **concordano sulla gratuità del servizio ma dovrebbe essere prevista anche la gratuità fra Operatori, in applicazione del principio per cui ciascun operatore si fa carico dei propri costi, che appare l'unico realmente improntato ad equità, ragionevolezza e proporzionalità.** Infatti, sottolineano che gli Operatori mobili pretendono la remunerazione per il servizio di originazione dalla rete mobile anche per le chiamate destinate verso i codici per servizi di assistenza ai clienti di altri Operatori. Pertanto, reputano non equo e ragionevole che gli Operatori titolari del codice per servizi di assistenza clienti, in quanto obbligati a garantire la gratuità del servizio non solo dai propri clienti ma in generale da tutti i consumatori/tutte le reti, debbano sostenere

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

integralmente gli oneri relativi a questa previsione normativa, sostenendo non solo i costi da essi stessi sostenuti, ma anche quelli relativi al servizio di originazione da rete mobile.

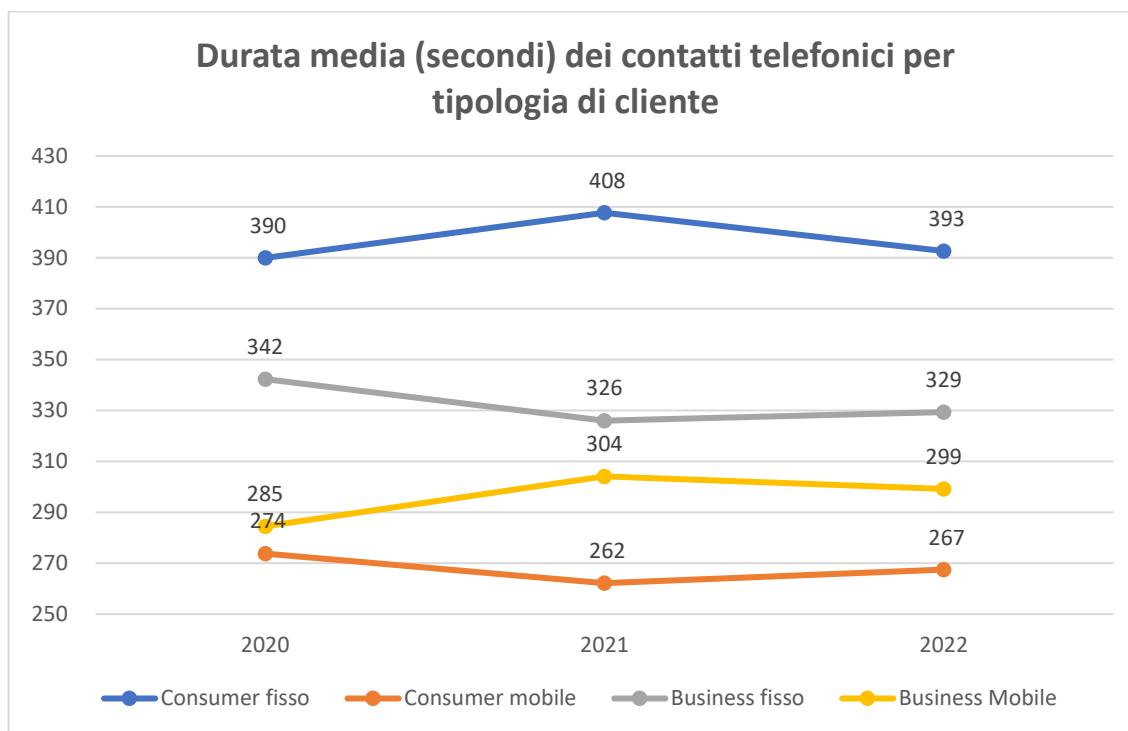
AGCOM, con riferimento al comma 7, ritiene di confermare la gratuità del servizio assistenza clienti in vigore sin, quantomeno, dall'adozione della delibera n. 79/09/CSP (art.1, lettera n) del regolamento allegato). D'altra parte, se le chiamate telefoniche potevano rappresentare un costo nel contesto delle tecnologie PSTN tradizionali, ad oggi il costo del servizio telefonico risulta marginale rispetto ai servizi dati e aggiuntivi. Con riferimento alle numerazioni da adottare, la scelta resta in capo all'operatore fermo restando che all'utente finale non deve essere addebitato alcun costo. La misura è ad ogni buon fine proporzionale alla dimensione economica dell'operatore, in quanto il numero di contatti telefonici sarà proporzionale al numero di linee, come da analisi di impatto di cui all'**Allegato 2** da cui si evince che una media di circa 1,3 chiamate annue per cliente, con una durata tra 4,45 e 6,55 minuti. Se anche si considera il valore della tariffa del servizio universale, pari a 10 cent/min, si stima un mancato ricavo tra 58 e 85 centesimi di euro/anno per cliente. Per cui gli operatori di minori dimensioni dovranno prevedere call center di minori costi.

La gratuità è tra l'altro prevista 7 dall'articolo 1, comma 1, lett. j), e dell'articolo 15 dell'allegato A della delibera n. 8/15/CIR, e sue successive modifiche o integrazioni.

La materia è stata ulteriormente chiarita nel paragrafo V (Determinazione delle numerazioni a cui debba applicarsi la norma di legge) dell'Allegato A alla delibera n. 157/18/CIR recante (Modifiche ed integrazioni del piano di numerazione, di cui alla delibera n. 8/15/CIR, in relazione alle disposizioni di cui alla legge n. 124/2017), laddove si chiarisce che "la norma non si applica", punto i),

ai numeri per servizi di assistenza clienti "customer care" (art. 15), nel caso di customer care dei fornitori di servizi di comunicazione elettronica, in quanto, ai sensi della delibera n. 8/15/CIR, allegato A, art. 1, comma 1, lett. j), il servizio è senza oneri per il chiamante a qualsiasi rete esso appartenga;

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.



Durata media dei contatti telefonici ricevuti dagli operatori di comunicazione elettronica per le varie tipologia di clientela

Comma 8

Le Associazioni dei consumatori rilevano che la limitazione oraria indicata al **comma 8** limita i diritti del consumatore nel fare segnalazioni immediate per disservizi, guasti, e reclami e, pertanto, **chiedono che il servizio telefonico, per guasti o reclami e disservizi, operi H24.**

Un operatore (**OMISSIS**), Con riferimento al **comma 8** **chiede di ridurre la fascia oraria minima di assistenza dalle 9 alle 21, rimettendo l'eventuale estensione ad altre fasce orarie alla facoltà degli Operatori, ciò al fine di consentire una migliore distribuzione degli addetti nelle fasce orarie "di punta".**

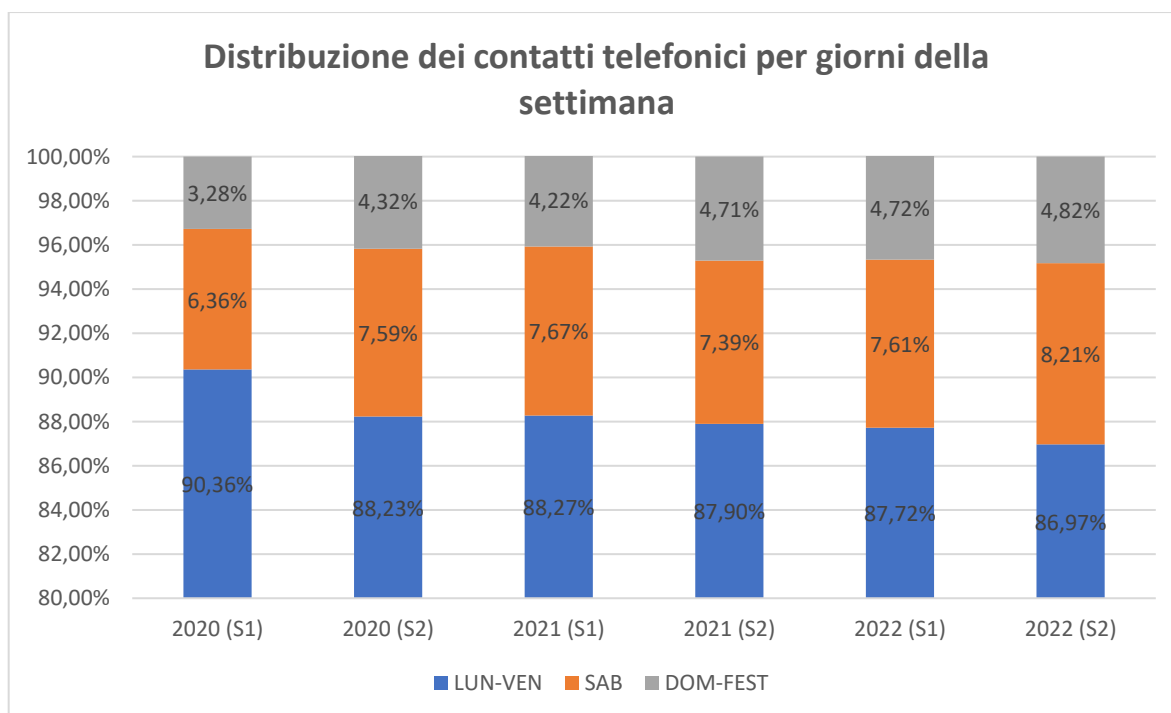
Un'associazione di operatori (**OMISSIS**), con riferimento al **comma 8**, **ritiene che la previsione di un range orario minimo per l'assistenza telefonica vada eliminato (in presenza di canali alternativi per presentare reclami) e che anche questo aspetto vada lasciato al confronto competitivo.** In ogni caso, in conformità al **principio di**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

proporzionalità, chiede che l'obbligo di garantire un orario sia circoscritto all'orario lavorativo, quantomeno per gli Operatori di minori dimensioni.

AGCOM, anche alla luce dell'analisi di impatto economico, non ritiene proporzionato estendere la disponibilità di un operatore umano oltre quanto già previsto al comma 8. D'altra parte, una ulteriore estensione del limite orario non porterebbe, a fronte di ingenti costi per il mercato, sostanziali benefici per gli utenti i quali, in caso di guasto o di reclami, con molta probabilità utilizzano la fascia oraria indicata. A tale proposito l'analisi di impatto della regolamentazione, in **Allegato 2**, ha evidenziato che le chiamate ai call center sono distribuite come di seguito descritto.

Nella figura seguente si riporta il dettaglio semestrale, per gli anni 2020-2022, delle richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto telefonico, in base ai giorni della settimana, distinguendo tra lunedì-venerdì, sabato e domenica-festivi. Si evidenzia che mediamente l'88% dei contatti telefonici avviene tra lunedì e venerdì, mentre il restante 12% è suddiviso tra sabato, domenica e festivi, con una leggera prevalenza del sabato (circa 8%).



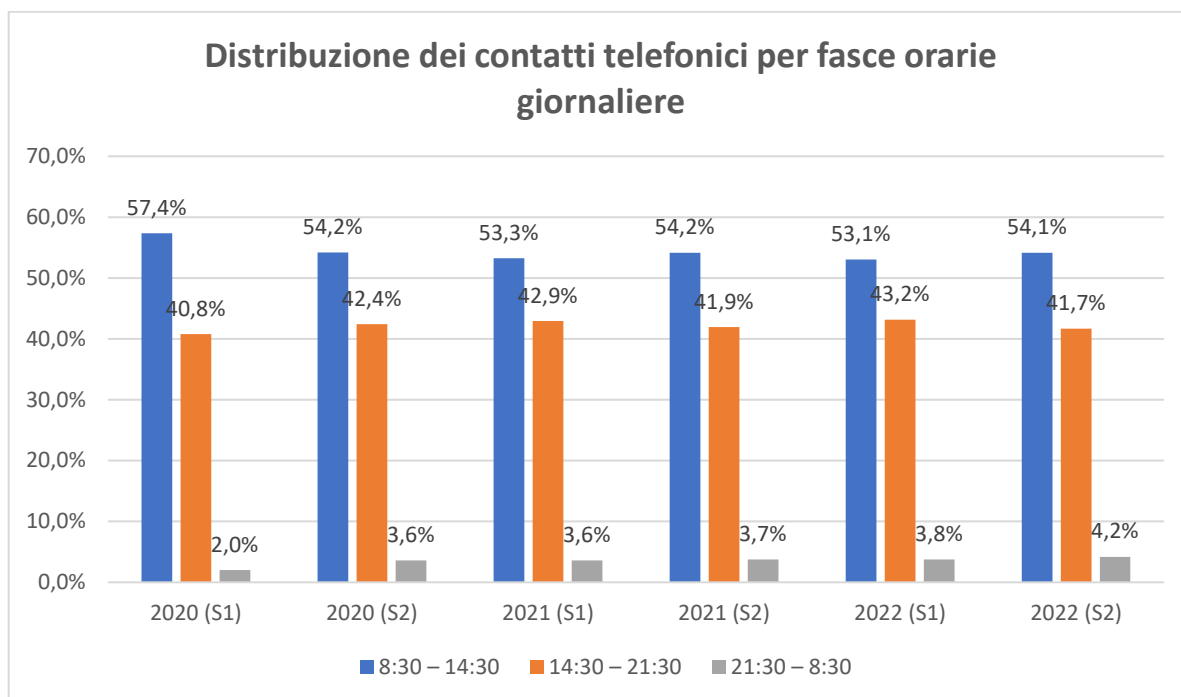
Distribuzione dei contatti telefonici per giorni della settimana

Tale evidenza consente di confermare la previsione di cui al comma 8 laddove si fa riferimento all'obbligo di prevedere l'assistenza con operatore umano nei giorni feriali:

- 1. Il servizio telefonico di assistenza clienti con operatore umano è erogato almeno nei **giorni feriali** tra le ore 8.30 e le ore 21.30 (fino alle 19.30 per numeri di assistenza clienti affari).*

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Nella figura seguente si riporta il dettaglio semestrale, per gli anni 2020-2022, delle richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto telefonico, suddivise per fascia oraria giornaliera, distinguendo tra 8:30-14:30, 14:30-21:30 e 21:30-8:30. Si evidenzia che circa il 97% dei contatti telefonici avviene tra le 8:30 e le 21:30. Assumendo una distribuzione uniforme dei contatti telefonici nell'arco della fascia oraria 8:30-21:30, si può stimare che circa il 90% dei contatti telefonici avviene tra le 8:30 e le 20:30.



Distribuzione dei contatti telefonici per fasce orarie giornaliere

L'analisi di impatto evidenzia che non è necessario estendere la fascia oraria di presenza dell'operatore umano oltre le 21.30 considerato che tra le 21.30 e le 8:3 si distribuisce non oltre il 4,2% dei contatti.

A tale riguardo si richiama che la delibera n. 79/09/CSP prevede che:

3. Il servizio di cui al comma 1 è erogato almeno nei giorni feriali tra le ore 8.30 e le ore 21.30 (fino alle 19.30 per numeri di assistenza clienti affari).

Tale previsione è stata ripresa nello schema di provvedimento sottoposto a consultazione:

8. Il servizio telefonico di assistenza clienti con operatore umano è erogato almeno nei giorni feriali tra le ore 8.30 e le ore 21.30 (fino alle 19.30 per numeri di assistenza clienti affari).

AGCOM, con riferimento al comma 8, ritiene congruo, proprio alla luce dell'analisi di impatto, confermare un range orario minimo di disponibilità del servizio. Una completa

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

libertà potrebbe indurre il mercato verso una scelta di minor costo a discapito della qualità del servizio, fermo restando che i costi sono di per sé proporzionali alla dimensione dell'operatore gli operatori potranno poi posizionarsi con standard di qualità superiori al minimo richiesto nel confronto competitivo.

In conclusione, l'Autorità ritiene ragionevole, alla luce dell'analisi di impatto, la conferma della misura proposta:

8. Il servizio telefonico di assistenza clienti con operatore umano è erogato almeno nei giorni feriali tra le ore 8.30 e le ore 21.30 (fino alle 19.30 per numeri di assistenza clienti affari e).

ART. 6 – DISCIPLINA DEI CANALI DI ASSISTENZA DIGITALI

Un operatore (OMISSIS) ritiene fondamentale lasciare alla discrezionalità degli Operatori l'individuazione delle più efficaci modalità di fornitura dei servizi digitali, senza pertanto introdurre nuovi obblighi.

Un altro operatore (OMISSIS) ritiene essenziale che la regolamentazione non imponga agli Operatori alcun obbligo in merito all'adozione di canali di assistenza digitali.

Un rispondente (OMISSIS) ritiene che l'estensione dell'ambito oggettivo della disciplina all'assistenza in modalità digitale appaia penalizzante nei riguardi degli Operatori, oltre che poco efficace rispetto all'obiettivo ed estendere l'obbligatorietà a nuovi canali digitali, risulterebbe, oltre che anacronistico, iniquo verso gli Operatori che spontaneamente hanno adottato nuovi strumenti di contatto affrontando importanti investimenti.

AGCOM ribadisce che lo schema di provvedimento non ha proposto l'obbligatorietà dei canali digitali come evidente dal tenore del comma 1:

- 1. Gli operatori possono promuovere, nell'ambito delle proprie ed autonome politiche di e-care, servizi gratuiti di assistenza ai clienti, basati su forme di contatto digitali, complementari al servizio di assistenza telefonico.*

Pertanto, gli operatori "possono" promuovere sistemi digitali complementari al modello telefonico.

Tuttavia, l'Autorità ritiene, vista la centralità che, come evidenziato nell'analisi di impatto, sta assumendo anche la fornitura di forme di assistenza mediante canali digitali, importante fornire delle Linee guida comportamentali improntate ai principi di trasparenza ed efficienza.

Comma 1

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Le **Associazioni dei consumatori** ritengono utile prevedere che ogni fornitore invii all'Autorità l'elenco aggiornato dei canali digitali realizzati per l'assistenza dei propri clienti, specificandone le varie attività e che tale elenco potrebbe poi essere pubblicato da AGCOM e sul sito dell'azienda.

Un'associazione (OMISSIS) evidenzia che, con riferimento al **comma 1**, l'obbligatoria fornitura di servizi digitali e la riproposizione del principio di gratuità generalizzato potrebbe inibire o comunque limitare ulteriormente anche il processo evolutivo dei nuovi servizi di assistenza alla clientela ed è quindi importante che sia **preservata la facoltà di offrire servizi digitali di assistenza, senza introdurre obblighi in tal senso**.

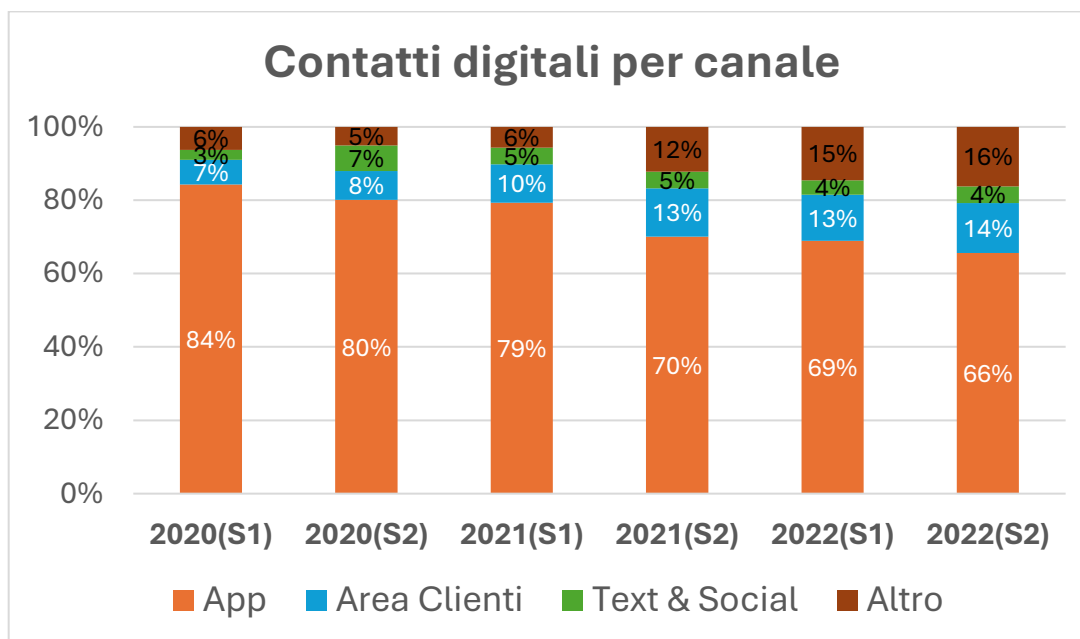
Le **Associazioni dei consumatori** suggeriscono una **riformulazione del comma 1** al fine di **chiarire che i servizi offerti devono essere in ogni caso gratuiti**.

AGCOM ribadisce che il comma 1 non prevede una obbligatorietà dei servizi di e-care, come evidente dall'inciso "*Gli operatori **possono** promuovere, nell'ambito delle proprie autonome politiche di e-care, servizi gratuiti di assistenza ai clienti, basate su forme di contatto digitali, ..*".

Il fatto che siano gratuiti, laddove forniti, è già chiarito nel comma stesso.

Non si ritiene utile prevedere che ogni fornitore invii all'Autorità l'elenco aggiornato dei canali digitali realizzati per l'assistenza dei propri clienti, specificandone le varie attività, considerato che tali informazioni sono pubblicate dagli operatori sul proprio sito ai sensi del comma 7. Ad ogni buon fine l'analisi di impatto di cui in **Allegato 2** ha evidenziato la seguente distribuzione delle tipologie di contatto digitale, confermandone la crescita e l'importanza:

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

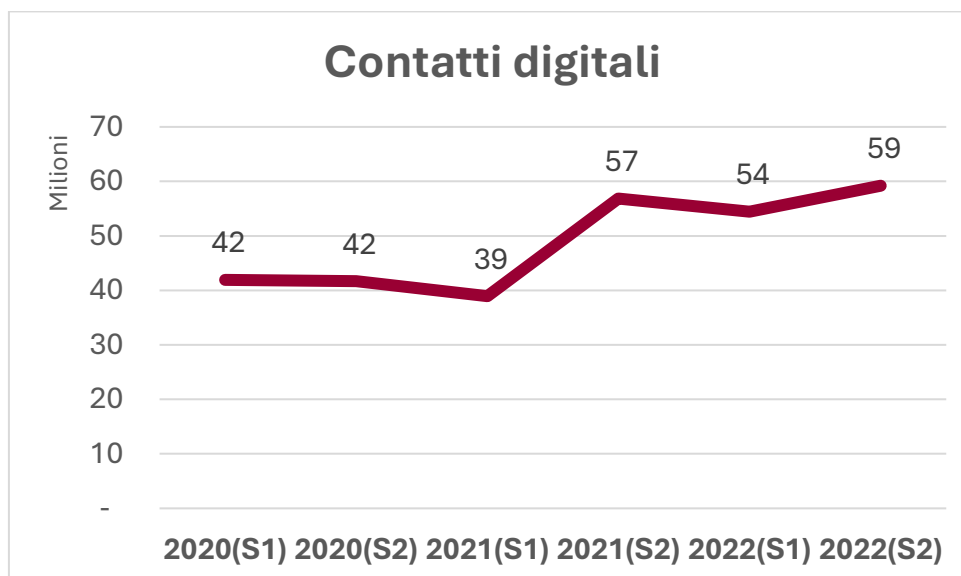


Richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto digitale, distinguendo tra canale App, Area Clienti, Text & Social, oppure Altro

Nella figura soprastante si riporta il dettaglio semestrale, per gli anni 2020-2022, delle richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto digitale, distinguendo tra canale App, Area Clienti, Text & Social, oppure Altro. Si evidenzia che la maggioranza dei contatti digitali proviene tramite l'applicativo dedicato, sebbene si osserva una riduzione dell'utilizzo dell'app (che passa dall'84% al 66%) a favore di altri canali digitali, principalmente l'area clienti (che passa dal 7% al 14%) e gli altri canali (che passano dal 6% al 16%). Marginale invece l'utilizzo dei canali digitali testuali (PEC, mail, SMS, chat, ecc) che rappresentano circa il 5% dei contatti digitali.

Nella figura seguente si riporta il dettaglio semestrale, per gli anni 2020-2022, delle richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto digitale. Si osserva un progressivo aumento delle richieste di assistenza mediante contatto digitale, che sono arrivate a 59 milioni a fine 2022.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.



Richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori mediante contatto digitale

Comma 2

Un operatore (OMISSIS) chiede di specificare, al comma 2, che “I servizi di cui al comma 1, ove forniti, sono accessibili all’utenza a prescindere dall’operatore che fornisce l’accesso alla rete Internet”.

AGCOM ritiene di accogliere la precisazione, non sussistendo un obbligo.

Comma 5

In via preliminare si osserva che **molti operatori** chiedono di **eliminare le prescrizioni di cui al comma 5**, secondo cui l’utente può richiedere **copia trascritta del contatto intercorso** su supporto durevole, ritenendo che l’esigenza possa essere soddisfatta con modalità diverse, ad esempio attraverso l’”Area Clienti”.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al comma 5, non condivide la possibilità, da parte dell’utente, di richiedere copia trascritta del contatto intercorso su supporto durevole ritenendo che l’Area Personale del sito web possa essere considerata come “supporto durevole”.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, ritiene che l’onere di inoltrare, documentare e tracciare un reclamo provocherebbe un peggioramento della *user experience* dovuto al prolungamento dei tempi di gestione. Pertanto, ritiene necessario eliminare il comma 5.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, ritiene che l'esigenza possa essere soddisfatta con modalità diverse a seconda del canale che il cliente ha utilizzato per esprimere la sua esigenza, e che **occorre definire in maniera puntuale cosa si intende per "supporto durevole"**.

Un altro rispondente (OMISSIS) chiede di **modificare il comma 5** come segue: *"a scelta degli Operatori, facoltativamente uno dei servizi di cui al comma 1 può permettere di inoltrare, documentare e tracciare un reclamo."*

Un operatore (OMISSIS) richiede di **eliminare la previsione di cui al comma 5** in quanto onerosa in termini di sviluppi tecnologici e di processo.

Le **associazioni dei consumatori non condividono quanto riportato nel comma 5** che dispone che almeno uno dei servizi digitali permetta di inoltrare reclami e tracciarli, reputando necessario che **tutti i sistemi di contatto devono permettere l'inoltro del reclamo** o almeno garantire l'accesso al servizio deputato a tale scopo.

AGCOM, con riferimento alla richiesta di chiarire la nozione di supporto durevole rinvia a quanto precisato nella delibera n. 307/23/CONS, paragrafo V9 del documento contenente gli esiti della consultazione pubblica. In tale documento l'Autorità ha proposto la seguente definizione di carattere generale:

i) "supporto durevole", ogni strumento che permetta al consumatore o all'operatore di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate;

Il Codice del Consumo, art. 45, lett. l) prevede la seguente definizione: *"supporto durevole": ogni strumento che permetta al consumatore o al professionista di conservare le informazioni che gli sono personalmente indirizzate in modo da potervi accedere in futuro per un periodo di tempo adeguato alle finalità cui esse sono destinate e che permetta la riproduzione identica delle informazioni memorizzate"*.

A tale riguardo l'Autorità chiarisce che a titolo esemplificativo può considerarsi supporto durevole, un documento cartaceo, una e-mail o un pdf inviato via e-mail o caricato in un *account* personale; laddove il contratto sia confermato dagli operatori mediante telefono, supporto durevole è la registrazione della telefonata purché il relativo supporto (chiavi USB, CD e DVD, file ecc.) venga indirizzato al consumatore perché questo possa conservarlo e utilizzarlo in futuro per la tutela dei suoi interessi (ciò sin dai primi casi di applicazione della normativa Consumer Rights : v. casi PS9880, PS9881, PS9982, PS9983, PS9981. Cfr. anche PS9696).

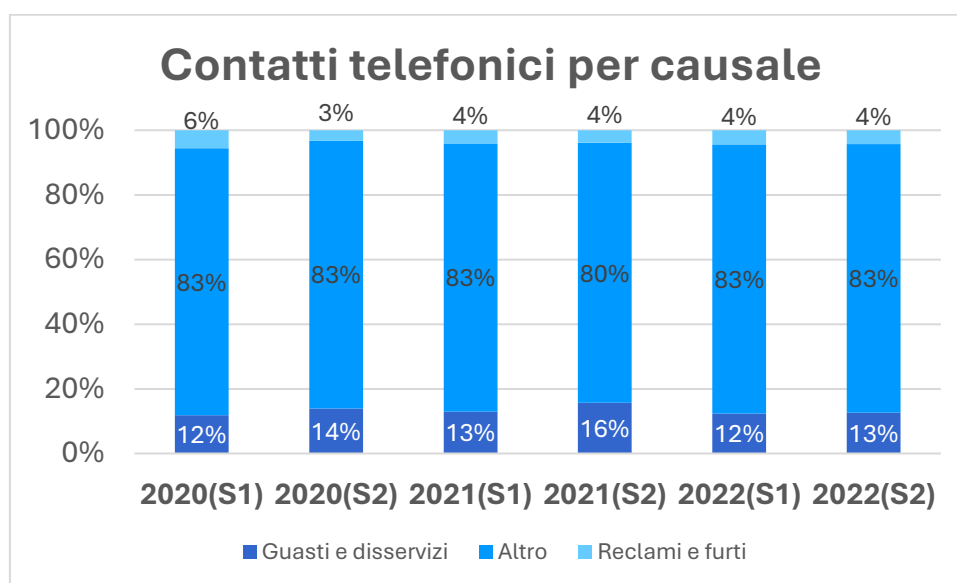
Secondo la CGUE 5 luglio 2012 C49/11, il mero sito Internet non è supporto durevole perché non garantisce la immodificabilità. Similmente, la pronuncia della Cassazione del 16 febbraio

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

2004 n. 2912 rileva che le informazioni in una pagina web non sono supporto durevole perché sono "non definitive".

L'analisi di impatto economico di cui all'**Allegato 2** ha evidenziato che i contatti telefonici per guasti, disservizi, reclami, smarrimento e furti rappresentano complessivamente meno del 20% dei contatti telefonici (tra un minimo del 17% a inizio 2022 ad un massimo del 20% a fine 2021).

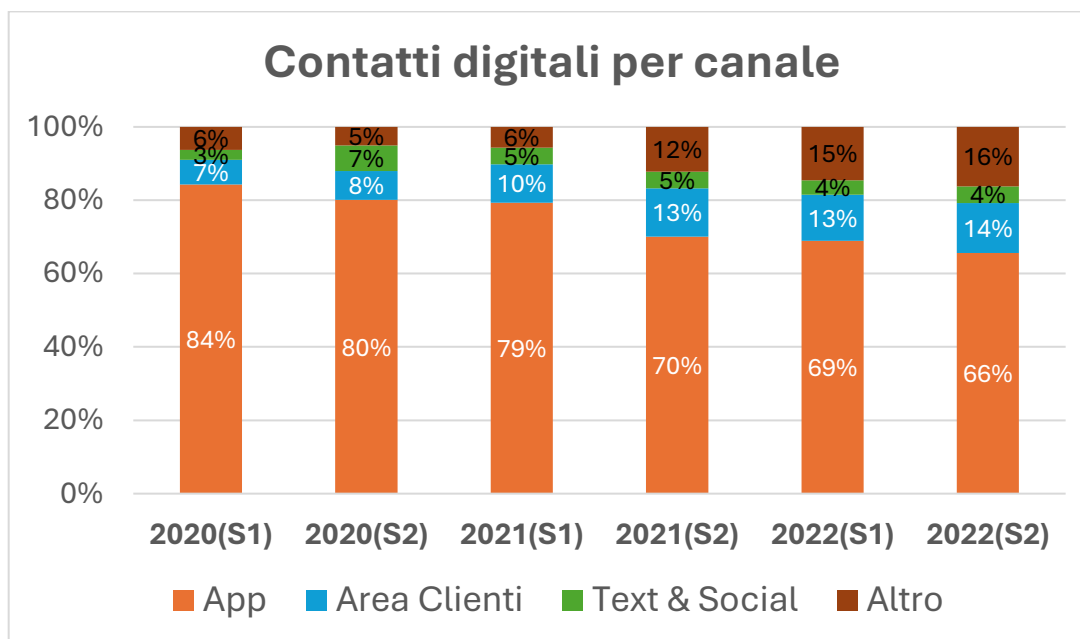
I contatti telefonici per reclami costituiscono il 4% del totale dei contatti.



Causali delle richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto telefonico

D'altra parte, circa il 55% dei contatti avvengono su canale digitale e di questi il 66% avviene mediante APP e il 14% mediante Area clienti:

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.



Richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto digitale, distinguendo tra canale App, Area Clienti, Text & Social, oppure Altro

L'Autorità ritiene pertanto opportuno prevedere, in alternativa al supporto durevole, che il **reclamo** possa essere tracciato nell'APP o nell'Area Clienti del sito web laddove il cliente accetti tale modalità.

L'Autorità, al fine di non gravare sui costi degli operatori, non reputa di accogliere la richiesta delle associazioni dei consumatori di estendere la previsione del comma 5 a tutte le modalità di contatto digitale.

Comma 6

Un operatore (**OMISSIS**) chiede di **modificare il comma 6** come segue: “In caso di contatti digitali, con riscontro in tempi differiti, all'atto della presa in carico di una richiesta da parte dell'utente, il fornitore del servizio riscontra l'utente con un messaggio automatico di conferma dell'avvenuta ricezione della comunicazione o lo rende disponibile al cliente in una sezione dedicata del sito”.

AGCOM ritiene che la conferma della ricezione debba avvenire mediante lo stesso sistema di contatto utilizzato.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Comma 7

Alcuni rispondenti chiedono altresì di **eliminare l'inciso previsto al comma 7** secondo cui il fornitore del servizio inoltra all'Autorità una dettagliata descrizione della nuova forma di assistenza.

Un rispondente (**OMISSIS**) chiede di **eliminare l'inciso previsto al comma 7 secondo cui il fornitore del servizio inoltra all'Autorità una dettagliata descrizione della nuova forma di assistenza.**

Un'associazione (**OMISSIS**) chiede di **eliminare l'inciso previsto al comma 7 secondo cui il fornitore del servizio inoltra all'Autorità una dettagliata descrizione della nuova forma di assistenza.**

Un operatore (**OMISSIS**) con riferimento al **comma 7**, ritiene che la descrizione della nuova forma di assistenza debba essere inoltrata all'Autorità solo su richiesta e che, inoltre, sia utile aggiungere "l'Area Riservata" tra le opzioni di comunicazione della messa in servizio dei nuovi canali di assistenza digitale da parte dell'operatore.

AGCOM reputa utile l'aggiunta facoltativa dell'Area Riservata e dell'APP. Si condivide la richiesta di rimuovere la previsione di una comunicazione all'Autorità, la quale potrà, d'ufficio, effettuare le proprie verifiche sui siti degli operatori.

ART. 7 – MODALITÀ DI PRESENTAZIONE E TRACCIABILITÀ DEL RECLAMO

Comma 1

Un operatore (OMISSIS) ritiene che **l'obbligo di acquisire il reclamo di cui al comma 1** sia da prevedere solo se quest'ultimo è conforme alla tassonomia delle diverse categorie di reclamo che saranno considerate elegibili.

AGCOM non ritiene praticabile prevedere, in sede regolamentare, le categorie di reclamo elegibili. D'altra parte, la definizione prevista nell'articolo 1 risulta sufficientemente chiara laddove si specifica che il reclamo è

*la comunicazione con cui il cliente (o suo delegato, precedentemente comunicato per iscritto dall'utente finale), nelle fasi di sottoscrizione, attivazione, vigenza e cessazione di un contratto per la fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche, si rivolge direttamente all'operatore per chiedere la risoluzione di una **problematica attinente alla esecuzione del contratto, attinente all'oggetto, le modalità o i costi della prestazione erogata, compresa la ritardata soluzione di un disservizio oggetto di segnalazione;***

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Trattasi, pertanto, di una problematica inerente alla esecuzione del contratto nella fase di attivazione, vigenza e cessazione dei servizi.

Comma 2

In via preliminare si osserva che **alcuni rispondenti**, con riferimento al **comma 2**, richiedono che sia **lasciata all'operatore la scelta del canale, telefonico o digitale**, da mettere a disposizione del cliente per presentare un reclamo.

Un'associazione (OMISSIS) con riferimento al **comma 2** chiede di prevedere un **“contatto digitale” anziché “canale digitale”** perché quest'ultimo potrebbe apparire ristretto all'e-caring mediante social e applicazioni.

Un rispondente (OMISSIS) chiede di **modificare il comma 2** prevedendo come **metodi alternativi, per presentare il ricorso, il canale telefonico e uno dei canali digitali** messi a disposizione dall'operatore.

Un altro rispondente (OMISSIS) chiede di **reformulare il comma 2** lasciando all'operatore la scelta del canale da utilizzare e prevedendo il canale digitale solo se tale servizio è erogato dal fornitore di servizi media audiovisivi.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 2**, **chiede che vengano compresi i canali e-mail e social media.**

Le **Associazioni dei consumatori** propongono di **garantire che l'utente possa presentare un reclamo utilizzando tutte le modalità di contatto telefonico e digitale dell'operatore** e non limitandosi al contatto telefonico e/o ad un singolo contatto digitale scelto dall'operatore, al fine di evitare difficoltà al consumatore che altrimenti, prima di inoltrare un reclamo, dovrà capire quale strumento dovrà essere utilizzato.

Un operatore (OMISSIS) chiede, inoltre, di risolvere l'incoerenza tra l'art.7, **comma 2** (obbligo di fornire almeno un canale digitale) e **l'art.6, comma 1** (non obbligatorietà di mettere a disposizione un canale digitale) lasciando libertà discrezionale di scelta delle modalità di contatto al servizio di assistenza da parte degli Operatori.

AGCOM evidenzia che il comma 2 non implica l'obbligatorietà del contatto digitale. Viceversa, il comma specifica che, se l'operatore mette a disposizione dei sistemi digitali, almeno uno deve consentire di presentare reclami. Viene precisato meglio il comma 2 dell'articolo 7.

AGCOM richiama quanto riportato nell'articolo 1, in base al quale il contatto digitale è un *contatto tra utente e operatore, che si realizza attraverso un canale di comunicazione e di*

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

informazione che utilizza tecnologie digitali. A livello operativo le forme di contatto digitale possono caratterizzarsi in contatti che richiedono il coinvolgimento di un addetto e contatti che non richiedono un intervento umano;

Si conferma, alla luce della definizione, che la e-mail e i social media rientrano nelle forme di contatto digitali in quanto utilizzano tali tecnologie. Si veda a tale riguardo il comma 8 dell'articolo 7, che già include tali tipologie di contatto digitale.

Si ritiene non accoglibile la richiesta di prevedere la possibilità di reclamo su un contatto a scelta tra quello telefonico e quello digitale.

Alla luce della obbligatorietà del sistema di assistenza cliente mediante canale telefonico resta obbligatoria la possibilità di presentare anche reclami mediante tale sistema.

In aggiunta, nel rilevare che il contatto digitale non è obbligatorio ma largamente diffuso (dall'analisi di impatto circa il 55% dei contatti avviene sul digitale), o, proprio al fine di consolidare e ulteriormente incentivare l'utilizzo dei contatti digitali, si reputa opportuno prevedere la possibilità, laddove messo a disposizione, che tramite questi si possa presentare un reclamo.

Non si ritiene proporzionata la richiesta di consentire di presentare il reclamo attraverso tutte le modalità di contatto digitale. È tuttavia opportuno che gli operatori indichino, in modo trasparente, nella Carta dei servizi e nel sito Web le modalità di presentazione dei reclami.

Comma 3

Molti rispondenti, con riferimento al **comma 3**, ritengono che debba essere lasciata all'operatore la gestione dell'albero dell'IVR.

Un'associazione (OMISSIS), Con riferimento al **comma 3** chiede di eliminare l'obbligo di inserire al primo livello degli IVR dei servizi di assistenza telefonici una opzione per presentare un reclamo. Ritiene, inoltre, che la previsione di una trascrizione del reclamo e dei termini previsti, siano molto onerosi, sia in termini di organizzazione aziendale che di sistemi IT, perché comporta che i reclami presentati a voce andrebbero tutti registrati in quanto gli elementi che consentono di ritenere un reclamo "tracciabile" appaiono troppo pervasivi e andrebbero dunque circoscritti e alleggeriti.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 3**, chiede che sia lasciata all'operatore la scelta su come impostare il proprio IVR, classificando poi come reclamo o altro le segnalazioni ricevute in base al loro contenuto in concreto.

Un altro operatore (OMISSIS) chiede di **eliminare il comma 3** relativo all'opzione di reclamo nel primo livello dell'albero IVR perché indurrebbe il cliente a selezionare l'opzione

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

finalizzata a presentare un reclamo anche in assenza di una effettiva necessità, in situazioni in cui la richiesta del cliente potrebbe essere soddisfatta mediante una semplice attività di assistenza.

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 3**, chiede di **eliminare la previsione dell'opzione di presentazione del reclamo al primo livello dell'albero IVR** perché si rischierebbe di congestionare e rendere inefficiente tale canale di assistenza alla clientela.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 3** ritiene che una efficiente gestione del reclamo debba essere necessariamente filtrata da una fase di verifica dell'oggetto da trattare così da indirizzare correttamente l'esigenza verso Operatori opportunamente formati e pertanto la disposizione, così formulata, rischia da un lato di peggiorare la qualità del servizio di assistenza, in quanto non consentirebbe l'instradamento del reclamo verso un operatore idoneo, e dall'altro di indurre il cliente a presentare sempre reclamo nella convinzione che in tal modo venga servito in maniera differenziata e prioritaria, anche se l'esigenza è semplicemente richiedere informazioni. Diversamente, **se si dovessero prevedere canali di assistenza a pagamento, riterrebbe giustificabile prefigurare un percorso IVR dedicato alla presentazione del reclamo.**

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 3**, chiede di **eliminare la prescrizione dell'IVR prevedendo di rendere disponibile un'opzione chiara dedicata alla richiesta di assistenza tramite operatore.**

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 3**, ritiene **incongruo imporre che l'istanza di reclamo sia collocata sempre al primo livello dell'IVR** e che, in virtù di tale istanza, il cliente abbia sempre facoltà di accedere al canale *human* poiché tale soluzione andrebbe a creare inefficienze, senza ampliare il livello di soddisfazione dell'utente per il servizio fornito.

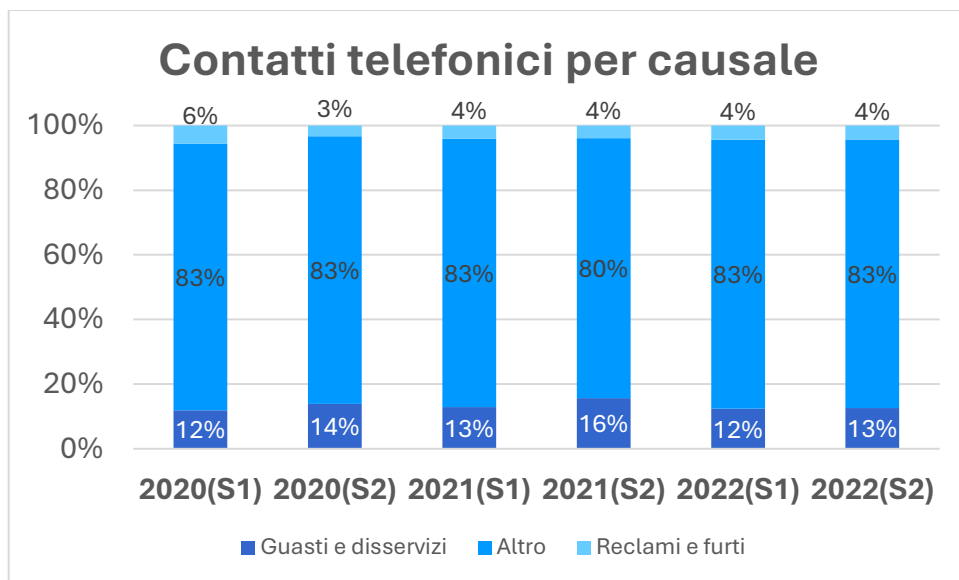
Un altro rispondente (OMISSIS) ritiene **critico, in termini di fattibilità, quanto previsto dal comma 3 sull'albero IVR**, che comporterebbe un rischio di intasamento delle linee dedicate al servizio di assistenza cliente comportando un rallentamento nella risposta, pertanto ne richiede la cancellazione.

Un operatore (OMISSIS), per quanto riguarda il **comma 3** chiede di lasciare autonomia decisionale agli Operatori sulla priorità delle voci contenute nel c.d. albero IVR.

AGCOM ritiene che l'utente, quando accede all'IVR, deve essere posto a conoscenza della possibilità di presentare un reclamo. Laddove tale possibilità non sia presentata al primo accesso, l'utente dovrebbe procedere a tentativi intasando i Call center e, in caso di fallimento nella ricerca, rinunciare a un proprio diritto. Non si reputa, pertanto, di accogliere la richiesta.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

A tale proposito si fa rilevare la misura di cui al comma 3 presenta un ridotto impatto regolamentare (si veda l'Allegato 2) come evidenziato dal seguente grafico:



Causali delle richieste di assistenza cliente pervenute agli operatori tramite contatto telefonico

Si osserva che i reclami occupano statisticamente il 4% dei contatti telefonici. Ne consegue che anche la disponibilità del reclamo al primo livello dell'IVR non risulta comportare un apprezzabile onere sui sistemi degli operatori.

Comma 4

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 4** chiede che venga eliminata la previsione per cui l'operatore di call center che riceve il reclamo sia tenuto a chiedere al cliente il recapito presso il quale ricevere la comunicazione scritta dell'esito del reclamo, ed utilizzare invece i recapiti già forniti dal cliente e contenuti nell'anagrafica cliente.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 4**, ritiene che la **richiesta di chiedere al cliente il recapito presso cui ricevere l'esito del reclamo, sia obbligatoria solo se questa non è già presente nei sistemi gestiti dall'operatore**, e che questo esito sia inviato solo nell'eventualità che il reclamo risulti infondato perché in caso di fondatezza il riscontro per iscritto si aggiungerebbe alle misure già adottate dall'operatore per la gestione del reclamo.

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 4**, chiede di eliminare l'obbligo di chiedere al cliente il recapito presso cui ricevere l'esito del reclamo, prevedendolo come

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

facoltativo, qualora il cliente non possa liberamente modificare il proprio recapito nell'area personale.

Un altro rispondente (OMISSIS), inoltre, chiede che le previsioni dei commi **4, 6 e 8 siano da applicare solo qualora il reclamo non fosse gestito direttamente nel contatto con il servizio assistenza.**

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 4**, ritiene **superflua e rischiosa per la tutela dei dati del cliente, la richiesta da parte dell'operatore relativa al recapito a cui inviare la risposta al reclamo, in quanto l'operatore ha già a disposizione l'anagrafica completa del cliente.**

Il medesimo operatore (OMISSIS), con riferimento al comma 4 dell'articolo 6, chiede di consentire la dissuasione in caso di traffico elevato verso i numeri di assistenza per evitare che questo resti in attesa a lungo ed evitare la saturazione dei canali e il deterioramento delle performance.

AGCOM ritiene condivisibile il rilievo secondo cui, di norma, l'operatore già dispone dei recapiti del cliente. Si reputa opportuno, ad ogni buon fine, che l'Operatore chieda se, con riferimento alla tipologia di contatto attraverso cui lo stesso invierà la comunicazione dell'esito del reclamo, siano intervenute nel frattempo modifiche e, in caso affermativo, che debba chiedere una rettifica nell'Area riservata del cliente. Si ritiene, tuttavia, opportuno consentire al cliente di fornire il recapito nel corso della chiamata laddove esplicitamente richiesto da quest'ultimo.

In relazione alla richiesta di prevedere sistemi di dissuasione l'Autorità ritiene che non sia possibile fornire, in questa sede dei criteri oggettivi. Resta fermo il generale principio di adottare misure a tutela della integrità del servizio e della rete in caso di eventi eccezionali che, a richiesta dell'Autorità, dovranno essere debitamente argomentati dall'operatore.

Comma 5

Molti rispondenti, con riferimento al **comma 5**, rappresentano la necessità di riportare il **termine massimo per la definizione del reclamo a 45 giorni a prescindere dal canale, o in via subordinata di ampliare almeno a 30 giorni il termine per il canale digitale.**

Un'associazione (OMISSIS) ritiene che il **termine di 15 giorni per la risoluzione dei reclami, previsto al comma 5, debba essere ampliato almeno a 30 giorni.**

Un operatore (OMISSIS), per quanto riguarda il **comma 5** chiede che il **termine previsto per la risoluzione di tutti i reclami deve essere fissato in trenta giorni.** Chiede di **eliminare gli obblighi di riscontro scritto per i reclami che sono stati accolti.**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, ritiene che le tempistiche indicate per la definizione del reclamo siano estremamente stringenti e che la differenziazione in base al mezzo scelto dal cliente sia incomprensibile. Suggerisce, pertanto, di lasciare la definizione delle tempistiche di risoluzione dei reclami, all'autonomia degli Operatori e in alternativa chiede che il termine di definizione venga fissato per tutte le tipologie di reclamo in un massimo di 45 giorni, come da regolamentazione vigente.

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, chiede di **eliminare il fax come forma di presentazione cartacea del reclamo rappresentando uno strumento di comunicazione tradizionale ormai superato e non utilizzato**, e di specificare che il termine per la definizione del reclamo sia da intendersi come comunicazione della sua fondatezza.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, suggerisce di prevedere per tutti i reclami un tempo di gestione di **trenta giorni senza differenziazione**.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, ritiene non perseguibile il termine di quindici giorni per gestire un reclamo.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5** chiede di prevedere **45 giorni** come termine di risoluzione del reclamo quando presentato tramite canale telefonico e digitale.

Un rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, ritiene che occorra **chiarire se la definizione del reclamo** corrisponda alla soluzione del problema segnalato, alla risposta data all'utente, al rigetto del reclamo o ad altro momento. Inoltre, ritiene che **il tempo indicato di 15 o 30 giorni secondo il caso appare inadeguato a consentire una corretta e completa gestione del reclamo.**

Un altro rispondente (OMISSIS), ritiene **eccessivamente stringenti i termini di definizione dei reclami di cui al comma 5** in quanto non consentono la gestione dei reclami maggiormente complessi e graverebbero soprattutto sugli Operatori di piccole e medie dimensioni che dovrebbero riservare risorse umane, nuove implementazioni e ulteriori costi che non vengono remunerati; **pertanto, chiede di mantenere la scadenza a 45 giorni a prescindere dalla modalità di presentazione del reclamo.**

Un operatore (OMISSIS) con riferimento al **comma 5**, ritiene **troppo ristrette le tempistiche** e chiede di prevedere per la **risposta ai reclami presentati tramite canale telefonico e canali digitali un lasso di tempo non inferiore a 30 giorni**, da definire se solari o lavorativi.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 5**, ritiene **opportuno determinare un tempo unico per la definizione e la conseguente risposta al reclamo non inferiore a 30 giorni.**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un'associazione (OMISSIS), con riferimento al **comma 5** chiede di chiedere di riportare il **termine massimo per la definizione del reclamo a 45 giorni quando il reclamo è presentato tramite canale telefonico e canali digitali.**

Un operatore (OMISSIS) chiede di **mantenere il termine massimo di 45 giorni, attualmente in vigore, per tutti i canali di reclamo in quanto ciò permetterebbe di gestire reclami complessi e di riscontrare invece, in termini più brevi quelli più semplici.**

Un altro operatore (OMISSIS) ritiene che vi siano criticità per quanto riguarda i tempi di risoluzione dei reclami, ritenuti inadeguati, e per i quali non capisce l'esigenza di differenziare sulla base del canale da cui è stato presentato il reclamo. Ritiene, piuttosto, che il tempo di risoluzione deve tenere conto della problematica e della complessità del reclamo e non del canale, **mantenendo in vigore il termine di 45 giorni previsto dalla delibera 179/03/CSP per fattispecie analoghe. In alternativa auspica che almeno venga fissato lo stesso termine di 30 giorni per risoluzione dei reclami, indipendentemente dal canale con cui lo stesso viene segnalato.**

AGCOM ritiene congrua la richiesta di prevedere un termine unico per la definizione del reclamo, in quanto non sono emerse dalla consultazione ragioni oggettive per considerare una differenza di tempi di gestione dello stesso. Il termine di 30 giorni resta obbligatorio per i reclami presentati mediante canale telefonico o altri sistemi previsti dall'ordinamento come la PEC e la raccomandata A/R. Resta un limite temporale raccomandato nel caso di messa a disposizione di canali digitali. Si raccomanda, ad ogni buon fine, la massima trasparenza nei confronti degli utenti finali anche in relazione alle tempistiche per i canali digitali. Si conferma, pertanto, un termine unico di 30 giorni. L'Autorità ritiene condivisibile, alla luce della presenza dei contatti digitali, la rimozione del fax in quanto modalità in disuso e poco efficiente.

Comma 6

Un operatore (OMISSIS), in relazione al comma 6, sottolinea che richiedere l'identificativo dell'operatore è contro la legislazione sul controllo a distanza.

AGCOM. Il codice identificativo, che comunque conferma una vigente disposizione, non è collegato ai dati personali e consente al cliente di disporre di un riferimento per il reclamo presentato. L'Autorità ritiene ad ogni buon fine opportuno specificare che sono fatte salve le disposizioni in materia di tutela dei dati personali e Codici di condotta dei call center.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Comma 8

Un rispondente (OMISSIS) con riferimento al **comma 8** chiede di non obbligare gli Operatori ad assegnare già in fase di chiamata il numero identificativo del reclamo, ma di prevedere solo che il codice identificativo del reclamo sia comunicato al cliente non appena registrato sul gestionale interno.

AGCOM evidenzia che il comma 8 già prevede che il codice sia fornito una volta acquisito e registrato il reclamo e non in fase di chiamata.

Comma 9

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 9** chiede di eliminare la previsione secondo cui, in caso di raccomandata a/r, è possibile richiedere il codice del reclamo dopo la ricezione dell'avviso di ricevimento.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 9**, non è favorevole all'introduzione, per i canali non telefonici, di un obbligo teso a fornire un codice reclamo in quanto ciò costituirebbe un dato ulteriore non necessario in quanto il cliente ha strumenti per tenere traccia dei reclami.

Un rispondente (OMISSIS), chiede di **eliminare le prescrizioni di cui al comma 9.**

AGCOM non ravvisa ragioni oggettive in relazione alla richiesta di non consentire all'utente di richiedere un codice del reclamo nel caso di utilizzo della PEC o della raccomandata a/r. Sta, ad ogni buon fine, in capo all'operatore valutare la migliore modalità per gestire al meglio il processo di fornitura di tali codici.

Comma 11

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 11**, chiede di considerare espressamente l'equiparazione dell'avviso di ricevimento del reclamo alla ricevuta di consegna della PEC, quale modalità che costituisce prova di presa in carico del reclamo.

AGCOM conferma che la ricevuta di consegna della PEC costituisce prova di presa in carico del reclamo.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Commi 12, 13 e 14

Molti rispondenti chiedono altresì l'eliminazione dei commi 12, 13 e 14, in quanto le misure previste impongono oneri eccessivi per gli operatori in termini di implementazione e sviluppo di sistemi.

Le associazioni dei consumatori, con riferimento al comma 12, ritengono necessario non limitare a 30 giorni la possibilità di richiedere copia scritta del reclamo inoltrato, prevedendo che l'operatore sia sempre tenuto a fornire copia del reclamo non effettuato per scritto.

Un operatore (OMISSIS), chiede di eliminare le prescrizioni di cui al comma 12.

Un altro operatore (OMISSIS), chiede infine di eliminare le misure previste dai commi 12, 13 e 14 in quanto impongono oneri eccessivi per gli Operatori in termini di implementazione e sviluppo di sistemi, non giustificati da una reale esigenza dei consumatori.

Un rispondente (OMISSIS), chiede la cancellazione dei commi 12, 13 e 14 prevedendo, piuttosto, che oltre al codice identificativo, l'operatore mette a disposizione del cliente, tramite canale telefonico e/o digitale, almeno la data di apertura e chiusura del reclamo, lo status e il motivo di apertura, all'interno delle aree riservate dei propri siti web, e che l'operatore sia tenuto, in caso di rigetto, a comunicare al cliente l'esito del reclamo in forma scritta su supporto durevole.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento ai **commi 12 e 13** ritiene, sempre nel presupposto che tutti i clienti abbiano il diritto di tracciare il proprio reclamo, che **tale previsione sia eccessivamente gravosa e non proporzionata, in quanto è sufficiente che il cliente, successivamente al contatto telefonico, riceva una conferma della presentazione del reclamo con i relativi dati identificativi.**

Un operatore (OMISSIS) chiede **l'eliminazione di entrambi gli obblighi di cui ai commi 12 e 13 e chiede di mantenere, invece, quello relativo alla comunicazione al cliente dell'esito del reclamo di cui al comma 14.** Qualora non fosse possibile eliminare l'obbligo relativo alla trascrizione del reclamo, richiede **almeno l'ampliamento del termine previsto sino a 30 giorni.**

Un'associazione (OMISSIS), con riferimento al **comma 12** chiede che la copia scritta del reclamo sia da intendersi quale trascrizione e/o suo resoconto interno ai fini della sua lavorazione.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 12**, ritiene che la **previsione di una trascrizione del reclamo sia estremamente onerosa perché impone all'operatore di dedicare risorse umane a tale attività sottraendole, oltretutto, al servizio di contatto.**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un altro operatore (OMISSIS), per quanto riguarda il **comma 12**, non ravvisa un'utilità nell'obbligo di trascrivere il reclamo ricevuto per telefono dal cliente, a fronte degli oneri di gestione notevoli che tale previsione creerebbe.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 13** chiede che l'avanzamento da fornire riguardi solo l'avvenuta presa in carico del reclamo, la conferma del codice identificativo dello stesso e la data entro cui è previsto l'invio della risposta definitiva, dandone comunicazione al cliente utilizzando le modalità anche telefoniche/digitali con cui lo stesso cliente sia raggiungibile. Inoltre, chiede che la ricerca del reclamo inviato per raccomandata nei sistemi informatici dell'operatore deve avvenire utilizzando i riferimenti del contratto del cliente a cui il reclamo verrà associato. Per quanto riguarda gli obblighi di rendicontazione dei reclami, chiede di adottare una distinzione solo tra canali tradizionali, canale telefonico e canali digitali e che non sia richiesta una rendicontazione separata per ogni singolo canale di reclamo messo a disposizione dall'operatore.

Un'associazione (OMISSIS), con riferimento al **comma 13**, chiede di estendere a 10 giorni lavorativi il termine per l'invio del resoconto.

La medesima associazione (OMISSIS), con riferimento al **comma 14**, chiede che venga specificato che, come supporto durevole, possa intendersi anche l'allegato ad una comunicazione inviata via posta elettronica.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento ai **commi 12, 13 e 14**, **ribadisce la richiesta di utilizzare esclusivamente il recapito del cliente presente a sistema, eliminando il termine di 3 giorni entro cui inviare la trascrizione del reclamo e/o il rapporto sulla lavorazione dello stesso perché troppo stringente soprattutto in relazione a reclami riguardanti la fatturazione per i quali occorre spesso attendere l'emissione della successiva fattura**. Con riferimento al **comma 14**, chiede di eliminare l'obbligo di allegare il resoconto del reclamo, all'atto di comunicazione dell'esito da parte dell'operatore, prevedendo solo di riportare le informazioni indicate in allegato 5, e di prevedere "ove possibile" che il canale scelto dall'operatore per comunicare l'esito sia lo stesso di quello digitale scelto dal cliente all'atto di presentazione dello stesso.

Un operatore (OMISSIS), chiede di **eliminare il canale fax utilizzato oramai da un numero esiguo di clienti**.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 12**, chiede di prevedere per il cliente un **termine di 45 giorni entro cui richiedere la trascrizione del reclamo** presentato in forma non scritta e che l'operatore trasmetta tale trascrizione entro 15 giorni dalla richiesta.

Un rispondente (OMISSIS) chiede **l'eliminazione di entrambi gli obblighi di cui ai commi 12 e 13 e chiede di mantenere, invece, quello relativo alla comunicazione al cliente dell'esito del reclamo di cui al comma 14**. Qualora non fosse possibile eliminare l'obbligo

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

relativo alla trascrizione del reclamo, richiede **almeno l'ampliamento del termine previsto sino a 30 giorni**.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 13**, chiede che la possibilità per il cliente di conoscere lo stato di avanzamento della lavorazione sia **prevista solo nel caso in cui la lavorazione del reclamo superi lo SLA**. Inoltre, chiede che il **resoconto sia inviato al cliente entro 15 giorni dalla richiesta**.

Un altro operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 13**, ritiene che quanto prescritto comporta il necessario **onere di gestire in tempi strettissimi risposte interlocutorie** e non necessariamente connesse alla soluzione della problematica, con il rischio di potrebbe sottrarre risorse preziose proprio alle attività di gestione e soluzione dei disservizi.

Un rispondente (OMISSIS), per quanto riguarda gli obblighi di trascrizione del reclamo e di relazione sullo stato di lavorazione di cui al **comma 13**, ritiene che le prescrizioni siano ulteriormente onerose sia in termini di organizzazione aziendale che di sviluppo sui sistemi IT, perché comporta che i reclami presentati a voce andrebbero tutti registrati.

Un altro rispondente (OMISSIS), con riferimento al **comma 13**, ritiene non utile il preavviso dell'obbligo di fornire entro 3 giorni dalla richiesta del cliente, una relazione scritta sullo stato di avanzamento nella gestione del reclamo.

AGCOM condivide la richiesta di eliminare il fax come modalità obbligatoria di comunicazione alla luce del fatto che trattasi di una tecnologia ormai in disuso e soppiantata dai canali digitali.

AGCOM, con riferimento alla richiesta di chiarimento sulla nozione di supporto durevole rinvia a quanto prima richiamato a partire dalla delibera n. 307/23/CONS.

AGCOM come meglio chiarito in seguito, condivide sull'opportunità, evidenziata da tutti i rispondenti, di razionalizzare gli oneri informativi di cui ai commi 12, 13 e 14, mantenendo il solo comma 14 come meglio chiarito di seguito.

AGCOM in primo luogo ritiene ragionevole, alla luce di tutto quanto emerso dalla consultazione pubblica, rimuovere l'obbligo di inviare il resoconto del reclamo prima del termine dei 30 giorni per lavorarlo, dovendo l'operatore comunque inviare al cliente il resoconto del reclamo, decorsi i 30 giorni.

In altri termini non si ritiene utile e proporzionata la misura di cui al comma 12 considerato che è stato ridotto da 45 giorni a 30 giorni il tempo per la risoluzione del reclamo e che, comunque, in sede di invio dell'esito del reclamo l'operatore, comunque, ne fornisce un resoconto con almeno le informazioni di cui all'Allegato 5. Si tratterebbe, pertanto, di una duplicazione.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM chiarisce, quindi, che la copia del reclamo da inviare, di cui al comma 12, viene inserita nel comma 14, eliminando il comma 12, e contiene le informazioni di cui all'Allegato 5 al regolamento. Pertanto, la descrizione del reclamo è sintetica (*motivo e breve descrizione del reclamo*) e non trattasi di una trascrizione. Trattasi tra l'altro di un limitato onere considerato che, alla luce dell'analisi di impatto economico, i reclami costituiscono il 4% dei contatti.

D'altra parte, come evidente dall'Allegato 5, le informazioni da inviare ai clienti sullo stato del reclamo sono quelle essenziali che dovrebbero essere già presenti nei sistemi degli operatori. Ad esempio,

La copia trascritta deve contenere almeno tali informazioni:

- *data di presentazione del reclamo;*
- *codice identificativo;*
- *motivo e breve descrizione del reclamo;*
- *data di rilascio della trascrizione.*

Addizionalmente, se, alla data di compilazione della trascrizione, sono state già adottate misure in merito al reclamo, è fornita anche una descrizione/spiegazione di tali misure.

AGCOM, ritiene condivisibile che la misura di cui al comma 13, di tipo interlocutorio sullo stato di lavorazione del reclamo, non sia necessaria e proporzionata, avendo tra l'altro ridotto il tempo di risoluzione da 45 a 30 giorni. Inoltre, l'utente riceve l'esito del reclamo ai sensi del successivo comma 14. Viene pertanto eliminato il comma 13.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 14**, **chiede di prevedere che nel caso in cui il reclamo è gestito e chiuso direttamente in chiamata l'esito scritto di esso dovrà essere fornito solo laddove esplicitamente richiesto dal cliente stesso.**

AGCOM ritiene condivisibile modificare la previsione di cui al comma 14 prevedendo che, nel caso in cui il reclamo è stato gestito e chiuso direttamente nel corso della chiamata l'esito del reclamo è inviato solo laddove esplicitamente richiesto dal cliente.

AGCOM conferma che le comunicazioni di cui al comma 14 sono inviate ai recapiti indicati dal cliente e presenti nei sistemi degli operatori. Con riferimento al comma 14 si chiarisce che l'esito del reclamo contiene almeno le informazioni cui all'Allegato 5. Come previsto al comma 14 si conferma che il canale scelto dall'operatore per comunicare l'esito sia lo stesso di quello digitale laddove scelto dal cliente all'atto di presentazione dello stesso.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

ART. 8 – INDICATORI DI QUALITÀ

Comma 1

Un operatore (OMISSIS) ritiene che al fine di razionalizzare la disciplina ed eliminare oneri in relazione a strumenti che risultano ad oggi non più attuali, **l'art. 8 vada riformulato prevedendo un unico allegato** e, quindi, un'unica rilevazione per i servizi di assistenza alla clientela, a **prescindere dal fatto che gli stessi siano erogati tramite telefono o modalità digitali**. Pertanto, chiede che, per quanto riguarda il comma 1 lettera a), sia eliminata la distinzione tra canali telefonici e digitali nella definizione degli indicatori di qualità (eliminando quindi l'allegato 2). Con riferimento al **comma 1 lettera c)**, chiede di modificare l'articolo prevedendo che la relazione e i resoconti rimangano disponibili sulla pagina del sito dedicata solo fino alla pubblicazione di quelli relativi ai successivi semestri e annualità, e chiede di **eliminare il punto d)** relativo all'obbligo di invio delle comunicazioni all'Autorità.

Un altro operatore (OMISSIS) con riferimento al **comma 1 lettera c)** chiede di precisare un termine massimo (che si suggerisce possa essere tre anni) a partire dal quale, a ritroso, le pubblicazioni semestrali e annuali possano essere rimosse.

AGCOM non condivide la proposta di eliminare la distinzione, di cui al punto a. del comma 1, tra canali telefonici e contatti digitali in quanto, in primo luogo, non vi è una obbligatorietà dei contatti digitali, inoltre presentano caratteristiche diverse, in particolar modo per gli indicatori di qualità. Trattasi tra l'altro di una misura che va a beneficio della trasparenza verso gli utenti finali e che non comporta alcun onere sostanziale in capo agli operatori.

In relazione alla richiesta, con riferimento al comma 1 lettera c., di modificare l'articolo prevedendo che la relazione e i resoconti rimangano disponibili sulla pagina del sito dedicata solo fino alla pubblicazione di quelli relativi ai successivi semestri e annualità, l'Autorità ritiene ragionevole mantenere disponibili le relazioni per almeno 5 anni.

Non si condivide la richiesta di **eliminare il punto d)** relativo all'obbligo di invio delle comunicazioni all'Autorità atteso che funzionale all'attività di vigilanza ed è conforme a quanto previsto per i servizi di comunicazioni elettroniche su rete fissa e mobile.

Comma 3

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un'associazione (OMISSIS) chiede che **non siano comunque previsti resoconti semestrali e contestuali invii all'Autorità** e, in subordine, che tutti tali obblighi siano esclusi per i fornitori di minori dimensioni.

AGCOM ritiene ragionevole che, nel caso di indicatori relativi ai servizi di assistenza clienti, atteso che le misure organizzative richiedono un maggior tempo per produrre effetti osservabili, prevedere solo relazioni annuali.

Comma 4

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 4**, chiede di **modificare l'articolo prevedendo che le disposizioni si applichino ai "servizi di assistenza" e non ai "singoli servizi di assistenza"**.

AGCOM, come già chiarito, ritiene che la diversità delle caratteristiche dei servizi di contatto telefonici e digitali (come detto non obbligatori) renda opportuna una reportistica separata al fine di aumentare la trasparenza per gli utenti finali e semplificare l'attività di vigilanza da parte della stessa Autorità.

Comma 5

In via preliminare si osserva che **molti rispondenti** chiedono **l'eliminazione del comma 5**, perché ritengono che, **stante il vigente quadro normativo europeo e nazionale, l'Autorità non abbia il potere di fissare standard minimi che gli Operatori siano obbligati a rispettare**.

Un'associazione (OMISSIS) ritiene che l'imposizione di standard minimi sui tempi di risposta dell'Operatore e/o sulla percentuale di chiamate che trovano risposta, **non rientri tra le facoltà che il legislatore nazionale ed europeo ha attribuito all'Autorità**.

Un operatore (OMISSIS) chiede di **eliminare il comma 5**.

Un altro operatore (OMISSIS) ritiene che, per quanto concerne il **comma 5**, stante il vigente quadro normativo europeo e nazionale, **l'Autorità non abbia il potere di fissare standard minimi che gli Operatori siano obbligati a rispettare**.

Un rispondente (OMISSIS) chiede di **eliminare il comma 5** relativo agli standard minimi per gli indicatori di qualità relativi ai servizi telefonici e assistenza clienti.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Un altro rispondente (OMISSIS) ritiene che **gli standard minimi previsti non abbiano fondamento normativo**, tanto più che tale imposizione non determinerebbe un miglioramento del servizio offerto, e implicherebbe un ulteriore aggravio di costi.

Un operatore (OMISSIS) con riferimento al **comma 5** ritiene che **l’Autorità, in un’ottica di semplificazione e nel rispetto del principio di proporzionalità, non dovrebbe introdurre indicatori di qualità diversi da quelli individuati dall’allegato 10 del Codice e, nel caso dell’assistenza e-care, dalla Linee Guida BEREC. Inoltre, l’art. 98 sedecies Codice non attribuisce all’AGCOM alcuna potestà regolamentare in ordine alla possibilità di fissare standard minimi di qualità del servizio**, intesi quali obiettivi predeterminati dall’Autorità e non fissati dall’operatore medesimo il cui mancato rispetto comporta l’applicazione di pesanti sanzioni pecuniarie. Pertanto, chiede che **venga eliminato dal provvedimento qualsiasi riferimento a standard minimi di qualità che gli Operatori sarebbero tenuti a rispettare.**

Un altro operatore (OMISSIS) ritiene necessario **distinguere tra fornitori tradizionali di servizi di comunicazioni elettroniche e nuovi player dei mercati digitali** nonché una forte **riduzione del numero degli indicatori di qualità proposti**, sottolineando l’enorme impatto organizzativo, operativo, procedurale e burocratico richiesto agli Operatori SMA dal provvedimento consultivo in esame. Inoltre, chiede la parametrizzazione degli indicatori di qualità a quanto già richiesto e approvato da questa Autorità nell’ambito degli Impegni resi da OMISSIS.

AGCOM ritiene, per le ragioni seguenti, di poter fissare degli standard minimi qualitativi.

Standard minimi di qualità

Si richiama che l’Articolo 5 della direttiva n. 79/09/CSP definisce gli Indicatori di qualità a cui gli operatori devono attenersi, con l’obbligo di pubblicare, nel proprio sito web, e inviare all’Autorità, un resoconto sui risultati effettivamente raggiunti e, per le rilevazioni annuali. Gli indicatori di qualità e gli standard minimi di qualità, definiti nell’Articolo 6, riguardano:

- a) “Tempo di navigazione” (definizione 1 e misura 1 dell’allegato A), media, espressa in secondi, non superiore a, rispettivamente, 70 e 115 secondi per rete fissa e mobile.

“Tempo di navigazione”: intervallo di tempo intercorrente tra il momento in cui viene completata correttamente la selezione del numero del servizio telefonico di contatto e quello in cui può essere selezionata dall’utente chiamante la scelta che consente di parlare con un addetto, per presentare

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

un reclamo;

- b) “Tempo di attesa” (definizione 2 e misura 2a dell'allegato A), media, espressa in secondi, non superiore a rispettivamente 70 e 45 secondi per rete fissa e mobile per una percentuale non superior al 45% e 55%.

“Tempo di attesa”: intervallo di tempo intercorrente tra il momento in cui viene selezionata dall'utente la scelta di parlare con un addetto del call center all'interno del sistema interattivo di risposta (IVR) e l'effettivo inizio della conversazione;

Gli indicatori di qualità e le relative modalità di misura sono disciplinati all'articolo 8 dello schema di regolamento che era stato allegato alla delibera di avvio della consultazione pubblica.

In via preliminare si rileva che sussiste in capo all'Agcom il potere di fissare standard minimi di qualità dei servizi, ivi compresi i servizi di assistenza clienti, in virtù dell'art. 2, comma 12, lett. h) della legge n. 481/95, dell'art. 1, comma 6, lett. b), n. 2 della legge n. 249/97.

Si ricorda che le disposizioni sugli indicatori di qualità dei servizi sono riportate all'Art. 98-sedecies del nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche (Qualità dei servizi relativi all'accesso a internet e dei servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico). Il riferimento a tale articolo viene effettuato nella misura in cui si considera, come d'altra parte fa il BEREC nel documento BoR 20 (53) che definisce i parametri di QoS, che l'assistenza clienti è un elemento basilare dell'offerta di accesso. A mente del comma 1 del suddetto articolo, l'Autorità può prescrivere ai fornitori di servizi di accesso a Internet e di servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico di pubblicare, a uso degli utenti finali, informazioni complete, comparabili, attendibili, di facile consultazione e aggiornate sulla qualità dei servizi offerti, tra cui, il servizio assistenza.

In base al comma 2 del suddetto articolo, l'Autorità può precisare, tenendo nella massima considerazione le linee guida del BEREC, i parametri di qualità del servizio da misurare, i metodi di misura applicabili e il contenuto, la forma e le modalità della pubblicazione, compresi meccanismi di certificazione della qualità. Se del caso, sono utilizzati i parametri, le definizioni e i metodi di misura indicati nell'allegato 10 al Codice.

Si osserva che l'Autorità deve far riferimento alle linee guida BEREC.

Ciò premesso, si è proposto di stabilire, come per le direttive in consultazione per la carta dei servizi su rete fissa e mobile, un obbligo di rendicontazione dei parametri di qualità definiti nello schema di provvedimento, che dovranno essere collezionati e pubblicati dagli operatori sui propri siti web. Sul sito web dell'Autorità potranno essere pubblicate tabelle comparative dei risultati conseguiti dai vari operatori e pubblicati sui rispettivi siti. Tali tabelle

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

potrebbero, infatti, costituire il giusto stimolo alla competizione e agevolare gli investimenti volti al miglioramento delle performance, oltre che consentire all'Autorità di monitorare il mercato e programmare eventuali correttivi alla regolamentazione.

Tanto premesso, l'Autorità ritiene opportuno fissare standard minimi in virtù dei poteri conferiti dall'art. 2, comma 12, lett. h) della legge n. 481/95, dell'art. 1, comma 6, lett. b), n. 2 della legge n. 249/97.

Occorre, tuttavia, effettuare un adattamento degli standard minimi a causa del fatto che gli indicatori non sono direttamente sovrapponibili se si confronta quanto previsto nella delibera n. 79/09/CSP con quanto proposto in questo procedimento (dovendosi allineare alle indicazioni del BEREC).

AGCOM. Si fa riferimento all'osservazione di un operatore (OMISSIS) laddove ritiene necessario distinguere tra fornitori tradizionali di servizi di comunicazioni elettroniche e nuovi player dei mercati digitali nonché una forte riduzione del numero degli indicatori di qualità proposti, sottolineando l'enorme impatto organizzativo, operativo, procedurale e burocratico richiesto agli Operatori SMA dal provvedimento consultivo in esame.

A tale proposito nelle premesse alla delibera n. 436/22/CONS si era richiamato l'ambito soggettivo, definito all'art. 1 lettera p) e all'art.3 dello schema di provvedimento, laddove agli operatori telefonici tradizionali, inclusi nella delibera n. 79/09/CSP, nella proposta dell'Autorità sono inclusi i fornitori di servizi di Pay TV

Al riguardo, si rappresenta che, con la recente sentenza n. 4403/2024, il Consiglio di Stato ha evidenziato, accogliendo un ricorso proposto da un operatore di *pay-tv*, che la precedente sentenza n. 2009/2013 sia parte di un (precedente) orientamento giurisprudenziale – poi, rivisitato dal medesimo Consiglio di Stato – in ordine alla corretta qualificazione delle attività svolte dall'operatore ricorrente, rilevandone che **la loro eventuale riconducibilità a quelle proprie del Codice delle comunicazioni elettroniche postula specifiche verifiche afferenti sia alle diverse attività svolte dall'operatore** che agli aspetti più propriamente tecnici relativi alle modalità di espletamento di tale servizio e, in particolare, alle tipologie di strumenti utilizzati e alla loro riconduzione alle varie categorie previste dal Codice delle comunicazioni elettroniche.

Inoltre, nella delibera 436/22/CONS si richiama che con delibera n. 250/22/CONS è stata approvata la proposta di impegni presentata dalla società OMISSIS nell'ambito del procedimento sanzionatorio n. 1/22/DTC avviato per la violazione dell'art. 1, comma 31, della legge n. 249/1997, per la inottemperanza all'ordine impartito dall'Autorità con la delibera n. 334/21/CONS, avuto particolare riguardo all'inadeguatezza del sistema di assistenza clienti.

Inoltre, si richiama che è stata avviata, con delibera n. 379/22/CONS, la consultazione pubblica che attua quanto disposto dall'art. 33 commi 3 e 4 del TUSMA. Si ricorda che, ai sensi del comma 4, dell'art. 33 del TUSMA *l'Autorità, d'intesa con il Ministero, determina*

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

*le condizioni e i parametri di regolarità del servizio e qualità delle immagini, che devono essere assicurati dai fornitori di servizi media audiovisivi che trasmettono gli eventi di cui al comma 3 dello stesso articolo. **L'operatore predispone inoltre adeguati, efficaci e tempestivi strumenti di assistenza tecnica, nonché idonee procedure di gestione di reclami, istanze e segnalazioni degli utenti, singoli o associati, conformemente ai criteri e parametri fissati dall'Autorità.***

Ed infatti, proprio in attuazione della sezione su riportata evidenziata in grassetto, una delle questioni affrontate nella consultazione è quella dell'assistenza clienti.

Alla luce di quanto sopra, nella delibera n. 436/22/CONS si ritiene che l'estensione dell'ambito soggettivo di applicazione del presente procedimento ai fornitori di servizi media audiovisivi risulta giustificato, oltre che dalle previsioni della legge istitutiva che fa riferimento generale ai servizi offerti agli utenti, da una specifica norma di rango primario quale il TUSMA, oltre che auspicabile in ottica di garanzia di un corretto assetto concorrenziale e uniformità delle tutele per gli utenti finali. Ai sensi del comma 4 dell'art. 33 dovrà infatti essere l'Agcom a dettare i criteri *per assistenza tecnica, nonché idonee procedure di gestione di reclami, istanze e segnalazioni degli utenti.*

Nell'ambito della consultazione pubblica avviata con delibera n. 379/22/CONS che riguarda la qualità dei servizi dei fornitori di servizi SMA, ai sensi dell'art. 33, commi 3 e 4 del TUSMA, si prevede che, per quanto riguarda l'assistenza telefonica, il fornitore SMA deve attenersi a quanto previsto dalla delibera n. 79/09/CONS, che in questo procedimento si va a modificare, integrandone le previsioni. Vengono inoltre fornite indicazioni generali anche per le soluzioni di assistenza digitale che, in questo procedimento, si disciplinano in modo generale¹. Pertanto, i due procedimenti risultano coerenti e complementari in quanto le modifiche alla delibera n. 79/09/CSP verranno recepite nel provvedimento che conclude le misure sulla qualità dei servizi SMA per il tramite della tecnica del rinvio, come già previsto.

In conclusione, l'intervento sull'assistenza clienti nei confronti di operatori di comunicazioni elettroniche e SMA è sostenuto dalle generali previsioni della legge istitutiva oltre che da specifiche previsioni del Codice delle comunicazioni elettroniche e del TUSMA. Ciò consente, pertanto, all'Autorità di effettuare un opportuno ed efficiente intervento armonico.

Ciò premesso si rileva che il procedimento avviato con delibera n. 379/22/CONS si è concluso con l'adozione della delibera n. 74/24/CONS.

L'ultima sezione del regolamento allegato definisce la disciplina dell'assistenza clienti, che di seguito si richiama:

¹ 2. I fornitori di servizi media audiovisivi attivano un customer service in person raggiungibile per tutta la settimana negli orari di esercizio tra le ore 14 e le 23 durante la settimana e h 12 – 23 in occasione degli eventi di cui al decreto.

I fornitori fissano un obiettivo relativo al tempo di risposta, in secondi, in linea con i parametri fissati nella delibera n. 79/09/CSP come successivamente modificata.

3. I fornitori provvedono all'inserimento dei riferimenti di contatto nel proprio sito Internet;

4. I fornitori si dotano di un servizio di assistenza clienti i cui standard di qualità, nel funzionamento, risultano in linea con quelli previsti dalla delibera n. 79/09/CSP come successivamente modificata.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO ASSISTENZA CLIENTI

1. I fornitori di servizi di cui al presente provvedimento garantiscono un adeguato servizio di assistenza clienti che affianca ad un servizio di call center in person, mediante specifico numero telefonico, strumenti digitali quali chat, e-mail, la chat con call back, indicazioni contenute nella Sezione Help del sito internet.

Il canale chat è attivo dal lunedì alla domenica dalle ore 8 alle ore 23, ed è in grado di garantire tempi celeri di risposta all'utente da parte di un operatore umano.

Attraverso detto canale, l'utente potrà richiedere di essere richiamato al più presto per ulteriormente illustrare le proprie esigenze o richieste.

2. I fornitori di servizi media audiovisivi attivano un customer service in person raggiungibile per tutta la settimana negli orari di esercizio tra le ore 14 e le 19 durante la settimana e tra le ore 12 e le 23 in occasione degli eventi di cui al Decreto.

I fornitori fissano un obiettivo relativo al tempo di risposta, in secondi, in linea con i parametri fissati nella delibera n. 79/09/CSP come successivamente modificata.

3. I fornitori provvedono all'inserimento dei riferimenti di contatto nel proprio sito Internet;

4. I fornitori si dotano di un servizio di assistenza clienti i cui standard di qualità, nel funzionamento, risultano in linea con quelli previsti dalla delibera n. 79/09/CSP come successivamente modificata.

5. I fornitori prevedono sul proprio sito una sezione di help che sia semplice da un punto di vista grafico e agevolmente raggiungibile dalla homepage.

6. I fornitori monitorano la qualità del servizio e delle performance del customer service verificando costantemente i livelli raggiunti e, ove riscontrassero scostamenti rispetto a quanto previsto nel presente documento, assumono le decisioni opportune e dispongono le risorse necessarie per risolvere le eventuali criticità.

7. I fornitori inviano all'Autorità, ai fini di una verifica su base annuale, un report mensile contenente le seguenti informazioni, relative ai contatti ricevuti nel corso dell'anno di osservazione:

1. numero totale dei contatti ricevuti per l'assistenza clienti, per qualunque motivazione, sia da canale telefonico che digitale;

2. rispetto al punto 1, il numero di contatti ricevuti mediante il solo canale telefonico;

3. il numero totale dei contatti ricevuti per l'assistenza clienti, con motivazione collegata a un evento di cui al Decreto, sia da canale telefonico che digitale, e l'elenco degli eventi trasmessi nel mese;

4. rispetto al punto 3, il numero di contatti ricevuti mediante il solo canale telefonico;

5. altre eventuali utili informazioni;

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Il primo report dovrà essere inviato dopo un mese dalla messa in esercizio del sistema di assistenza clienti telefonico e, a seguire, con cadenza mensile. L'Autorità si riserva di pubblicare il formato excel di inserimento dei dati.

Pertanto, con riferimento alla richiesta di armonizzazione si ritiene che questa sia garantita dal comma 2 succitato laddove prevede che:

I fornitori fissano un obiettivo relativo al tempo di risposta, in secondi, in linea con i parametri fissati nella delibera n. 79/09/CSP come successivamente modificata.

e dal comma 4 secondo cui:

4. I fornitori si dotano di un servizio di assistenza clienti i cui standard di qualità, nel funzionamento, risultano in linea con quelli previsti dalla delibera n. 79/09/CSP come successivamente modificata.

Per quanto riguarda l'ambito soggettivo di applicazione ai fornitori SMA, è sufficiente il rinvio alla stessa delibera n. 74/24/CONS, laddove nelle premesse si considera che ai sensi del comma 4 dell'art. 33 del TUSMA l'Autorità, d'intesa con il Ministero, determina le condizioni e i parametri di regolarità del servizio e qualità delle immagini, che devono essere assicurati dai **fornitori di servizi media audiovisivi che trasmettono gli eventi di cui al comma 3 dello stesso articolo. L'operatore predispone inoltre adeguati, efficaci e tempestivi strumenti di assistenza tecnica, nonché idonee procedure di gestione di reclami, istanze e segnalazioni degli utenti, singoli o associati, conformemente ai criteri e parametri fissati dall'Autorità.**

Pertanto, le misure di cui al presente provvedimento hanno impatto sui fornitori SMA che trasmettono gli eventi di interesse pubblico, così come individuati dal MISE in ossequio all'articolo 33, comma 3, del TUSMA.

A tale riguardo appare opportuno precisare quanto segue. Come riportato nel Regolamento di cui al presente procedimento il servizio di assistenza clienti (customer care) è il *servizio telefonico o digitale di contatto che consente ai **clienti di un operatore** di accedere, rispettivamente, al call center o alle piattaforme di comunicazione che l'Operatore rende disponibili, **allo scopo di ottenere forme di assistenza in relazione al contratto quali, chiarimenti e riscontri su ogni possibile aspetto contrattuale e tecnico del servizio fornito.***

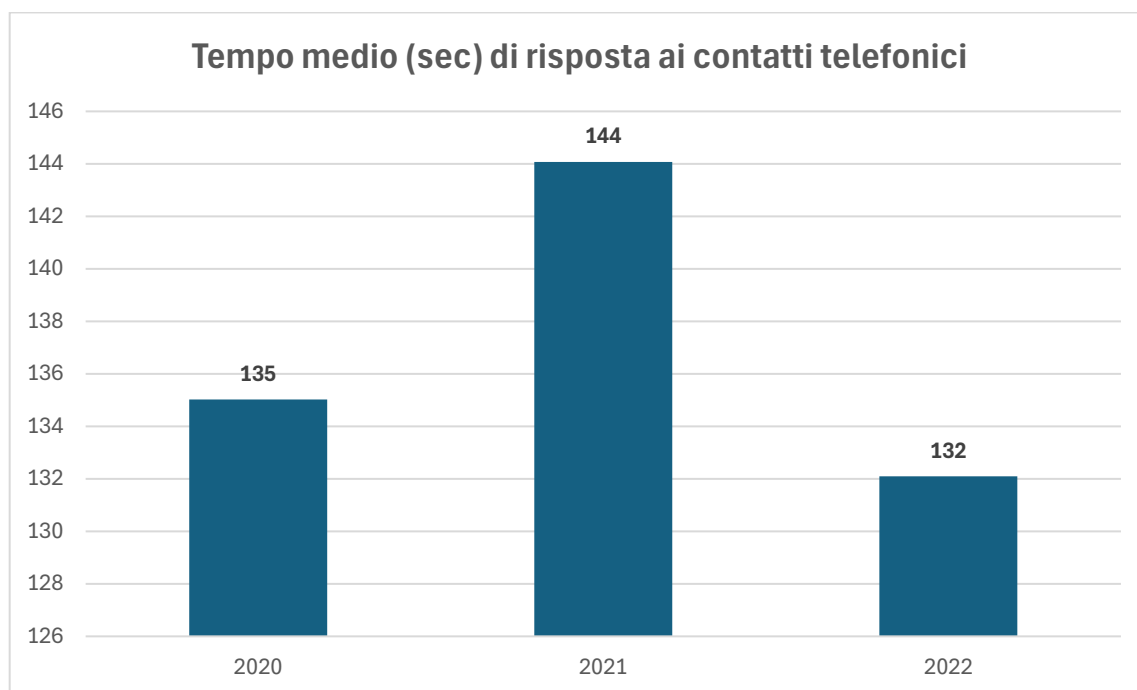
Ne consegue che, **gli eventi di interesse pubblico, così come individuati dal MISE in ossequio all'articolo 33, comma 3, del TUSMA interessati dalla presente disciplina sono solo quelli a pagamento.**

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Avuto riguardo al tema degli oneri organizzativi ed economici sollevato da qualche rispondente che fornisce servizi video streaming (SMA) l'Autorità ritiene che, nell'ambito del tavolo tecnico di cui all'articolo unico comma 4 della delibera n. 74/24/CONS, l'Autorità potrà valutare, in linea con quanto già previsto in relazione agli indennizzi nel citato provvedimento (specificatamente nell'Allegato B alla delibera n. 74/24/CONS), **eventuali specifiche misure nel caso di eventi trasmessi contemporaneamente su almeno una piattaforma aggiuntiva allo streaming su Internet e/o in assenza di diritti in esclusiva.**

Per quanto riguarda gli standard minimi di qualità, l'analisi di impatto di cui in Allegato 2 ha evidenziato quanto segue.

Il tempo medio di risposta ai contatti telefonici, dopo un picco pari a 144 secondi verificatosi nel 2021, si è assestato nel 2022 ai valori del 2020, con una leggera diminuzione da 135 secondi a 132 secondi

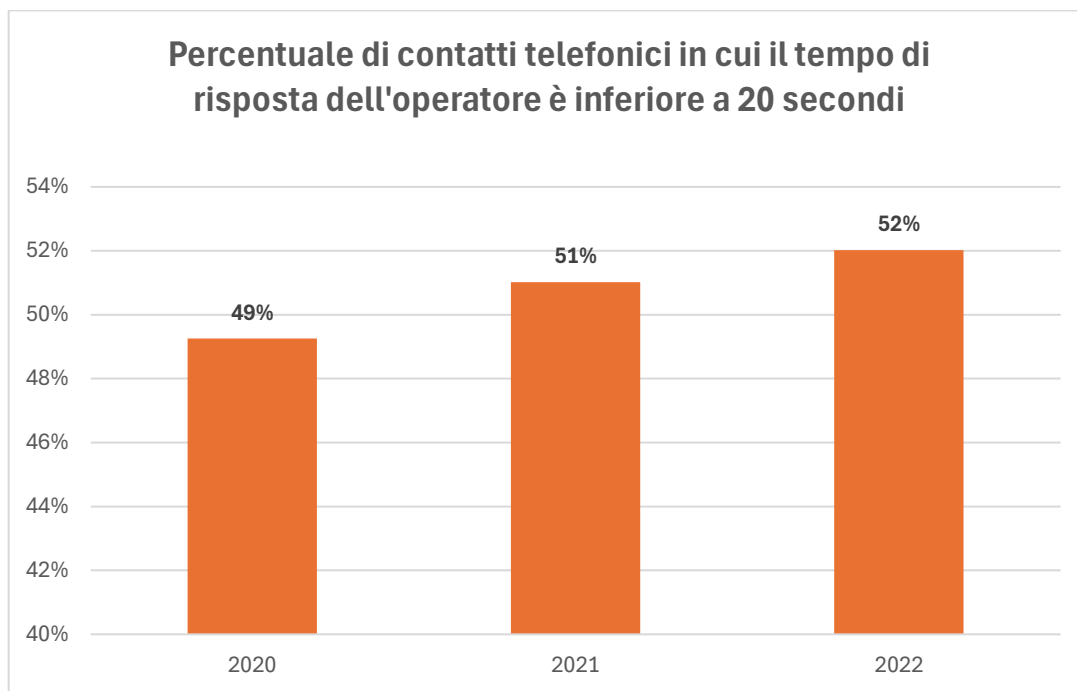


Tempo medio di risposta ai contatti telefonici

In merito alla percentuale dei contatti telefonici in cui i clienti sono messi in attesa al massimo 20 secondi per parlare con un operatore dopo la selezione del numero o dell'opzione dell'IVR

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

dove applicabile, si evidenzia che la percentuale di contatti telefonici in cui il tempo di risposta dell'operatore è inferiore a 20 secondi cresce linearmente nel triennio passando dal 49% del 2020 al 52% del 2022.



Percentuale di contatti telefonici in cui il tempo di risposta dell'operatore è inferiore a 20 secondi

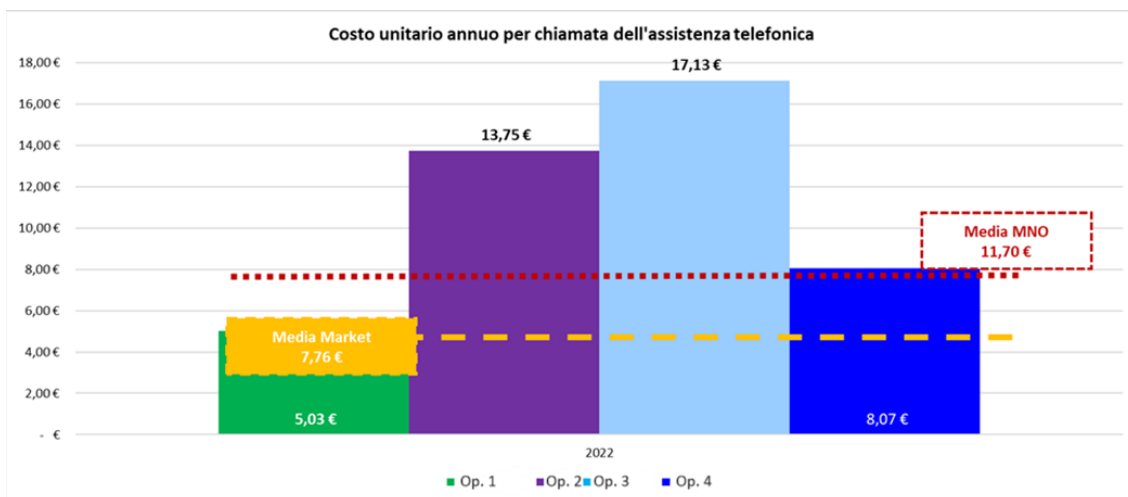
Il comma 5 dell'articolo 8 prevede quanto segue:

1. *Per gli indicatori di qualità relativi ai servizi telefonici di assistenza clienti, definiti nell'allegato 1 e denominati "tempo medio di risposta dell'operatore" e "tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi", sono stabiliti i seguenti obblighi di conseguimento e rispetto di standard minimi:*
 - a) *relativamente al tempo medio di risposta dell'operatore: non superiore a 150 secondi;*
 - b) *relativamente al tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi: non inferiore al 50%.*

L'Autorità osserva che lo standard minimo di risposta è superiore al livello medio di mercato. La misura proposta, pertanto, non è suscettibile di determinare un impatto sui costi. Si ritiene, a tale proposito, ragionevole confermare un tempo medio di risposta di 150 secondi.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Per quanto riguarda il parametro di cui al punto b), sebbene la media sia di poco superiore al 50%, essendo presente una consistente varianza dei valori, l'Autorità ritiene, viceversa, ragionevole rilassare il parametro stabilendo un requisito pari al 40%. Ciò al fine di non aumentare gli oneri in capo al mercato, per i quali si riporta di seguito l'esito dell'analisi di impatto di cui in Allegato 2:



Costo unitario annuo per chiamata dei contatti telefonici

Poiché la struttura dei costi, come detto, è fortemente influenzata dal modello di business adottato nel settore dell'assistenza clienti (interno/esterno, marketing/caring, ecc.), può essere utile considerare i soli costi operativi dichiarati dagli operatori telefonici. In questo scenario, i costi operativi appaiono sostanzialmente allineati alla media complessiva del mercato (5,51€ annui per chiamata). Solo un MNO (OMISSIS) presenta un valore superiore, sebbene dello stesso ordine di grandezza degli altri MNO.

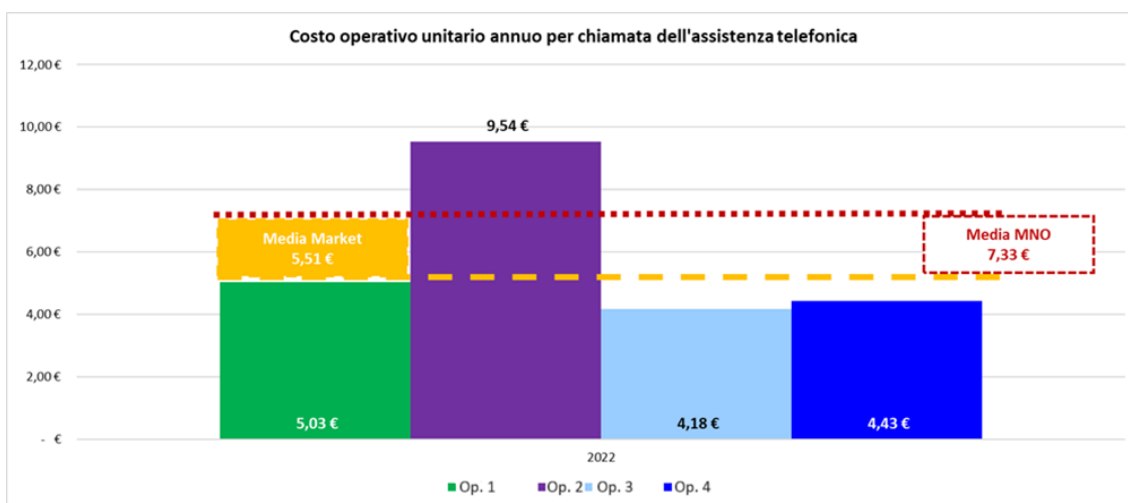


Figura 1: Costo operativo unitario annuo per chiamata dei contatti telefonici

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Si ritiene che l'alleggerimento dello standard minimo della percentuale di contatti telefonici in cui il tempo di risposta dell'operatore è inferiore a 20 secondi al 40% possa condurre ad evitare un incremento dei costi operativi.

ART. 9 – VALUTAZIONE DELLA PERCEZIONE DELLA QUALITÀ DELL'ASSISTENZA FORNITA ALL'UTENTE

Comma 1

Un operatore (OMISSIS) con riferimento al **comma 1**, chiede di aggiungere che l'Autorità in collaborazione con gli Operatori, predisporrà un formato unico per la rilevazione dei servizi che definirà formato e contenuto dei questionari di gradimento.

AGCOM reputa condivisibile la proposta e integra il comma 1 seppur con il coinvolgimento delle associazioni dei consumatori.

Comma 2

Un operatore (OMISSIS), Con riferimento al **comma 2**, chiede di specificare che i costi dell'attività saranno interamente sostenuti dall'Autorità.

Un altro operatore (OMISSIS) con riferimento ai commi 1 e 2, chiede di specificare che la rilevazione del gradimento da parte dell'Autorità sia senza costi diretti o indiretti per gli Operatori.

Comma 4

Le **Associazioni dei consumatori** condividono pienamente l'art. 9 e soprattutto il comma 4 che dovrebbe prevedere anche il coinvolgimento delle Associazioni dei consumatori riconosciute in attività di indagine del giudizio degli utenti circa la qualità dell'assistenza ricevuta. Per la valutazione della percezione della qualità dell'assistenza fornita all'utente chiedono anche il coinvolgimento periodico del tavolo permanente fra Autorità e Associazioni anche per mettere a confronto e valutare i dati rilevati in base all'art 9.

Un operatore (OMISSIS) chiede di **eliminare il comma 4** poiché ridondante rispetto all'attività di cui al comma 1 e potrebbe essere percepito come invasivo da parte degli utenti.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM non condivide la proposta di eliminare il comma 4 in quanto rappresenta una delle possibili modalità di attuazione del comma 1.

ART. 10 – CONTATTI OUTBOUND E CONTATTI A SCOPO CONTRATTUALE

Nessuna osservazione da parte dei rispondenti.

ART. 11 – TRASPARENZA E PUBBLICAZIONE DELLE INFORMAZIONI SUI SERVIZI DI ASSISTENZA AI CLIENTI

Comma 2

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al **comma 2, lettera e)** chiede che venga aggiunta l'informazione relativa all'onerosità del servizio

AGCOM ritiene di non accogliere la proposta alla luce del fatto che si conferma l'obbligo di gratuità del servizio.

Comma 3

Un operatore (OMISSIS) chiede di **eliminare la prescrizione di cui al comma 3, lettera k).**

Un altro operatore (OMISSIS) chiede di **precisare meglio il comma 3** che sembrerebbe far riferimento esclusivamente ad “applicazioni” che i clienti possono utilizzare quali canali di assistenza, richiedendo tale comma, tra gli altri, l'indicazione di eventuali restrizioni o della gratuità del servizio.

Un operatore rispondente (OMISSIS) chiede inoltre di **eliminare il comma 3 lettere j) ed n).**

AGCOM chiarisce che il comma 3 fa riferimento ai sistemi di contatto digitale, come definiti nell'articolo 1. Come chiarito la messa a disposizione di contatti digitali non è obbligatoria per cui le indicazioni di cui al comma 3 rappresentano l'elencazione di condotte fortemente raccomandate in tema di trasparenza.

Si precisa, inoltre, che il contenuto della lettera k, in relazione alla fornitura della copia trascritta del contatto fa riferimento alle sole informazioni indicate in Allegato 5.

AGCOM, richiamato quanto prima detto in relazione alla facoltatività del contatto digitale, ritiene di non accogliere la richiesta di eliminare il comma 3 lettere j) ed n) alla luce di quanto

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

argomentato nelle sezioni attinenti in relazione alla opportunità di poter identificare il contatto. La lettera n) consente all'utente di poter accedere agevolmente alla relazione sugli indicatori di qualità (obiettivi e risultati).

Comma 4

Un operatore (FASWEB), con riferimento al **comma 4**, chiede di lasciare che solo sulla pagina principale della sezione di assistenza di cui al comma 1 è reso disponibile l'elenco completo delle modalità con cui i clienti possono formulare un reclamo.

AGCOM chiarisce che la richiesta corrisponde a quanto già previsto al comma 4.

ART. 12 – DISPOSIZIONI FINALI

Comma 1

In via preliminare si osserva che alcuni rispondenti chiedono di estendere il tempo previsto per l'attuazione delle disposizioni del provvedimento.

Un'associazione (OMISSIS) chiede di **umentare da 180 a 240 i giorni** per l'attuazione delle disposizioni del provvedimento.

Alcuni rispondenti (OMISSIS e OMISSIS) chiedono di prevedere **12 mesi** di tempo per attuare le disposizioni del provvedimento.

Un operatore (OMISSIS) chiede che il periodo di implementazione attualmente fissato in 180 giorni venga ulteriormente esteso.

Un altro operatore (OMISSIS) chiede di prevedere l'entrata in vigore delle disposizioni nell'arco di **almeno 24 mesi** dopo la pubblicazione del relativo provvedimento.

AGCOM ritiene ragionevole allineare i tempi di implementazione a quanto previsto, visto l'allineamento per quanto riguarda l'assistenza clienti, dalla delibera n. 74/24/CONS. Si stabilisce, pertanto, un tempo di implementazione di 12 mesi.

ART. 13 – SANZIONI

Un'associazione (OMISSIS), per le ipotesi di violazione, chiede di **eliminare il riferimento alla sanzione di cui all'art. 30 comma 12 del Codice, previste al comma 1.** Questo perché le previsioni richiamate hanno minimi estremamente diversi e quello dell'art. 30 - comma 12 rischia di risultare gravemente sproporzionato.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

In relazione a quanto sopra, l'**Autorità** richiama che lo schema di regolamento ha previsto che

Articolo 12

1. La violazione delle disposizioni della presente direttiva è sanzionabile nei confronti dei fornitori di servizi di comunicazione elettronica o dei fornitori di servizi di media audiovisivi ai sensi, rispettivamente, dell'articolo 30, comma 12, del Codice e dell'articolo 1, comma 31, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

Alla luce di quanto premesso per i fornitori di servizi media audiovisivi si rinvia a quanto previsto dalla delibera n. 74/24/CONS la quale definisce l'ambito soggettivo di applicazione ai fornitori SMA e l'ambito oggettivo che riguarda gli eventi di interesse sociale definiti con decreto del Ministero.

La stessa delibera prevede che *L'Autorità vigila sull'attuazione delle disposizioni di cui all'Allegato B, esercitando le connesse funzioni sanzionatorie di cui all'articolo 67 del TUSMA e di risoluzione extragiudiziali delle controversie ai sensi dell'articolo 40 del TUSMA.*

Per quanto riguarda i servizi di comunicazioni elettroniche, si richiama che l'Articolo 2 (Oggetto della direttiva) dello schema di provvedimento prevede che:

*1. La presente direttiva disciplina i principi e le regole cui si conformano gli operatori, nell'erogazione dei servizi di assistenza ai propri clienti, al fine di **garantire un livello adeguato di trasparenza, fruibilità e qualità delle prestazioni rese, indipendentemente dal modello organizzativo o dalle tecnologie di contatto utilizzate.***

2. La finalità della direttiva è di assicurare:

a) l'accessibilità all'assistenza clienti, garantita a tutti gli utenti, incluso quelli con disabilità ai sensi della vigente normativa;

*b) **la trasparenza e la tracciabilità per l'utente delle procedure di gestione del reclamo;***

*c) **la trasparenza e la comparabilità dei risultati di qualità del servizio di assistenza clienti.***

Inoltre, l'Articolo 3 (Responsabilità degli Operatori) dello schema di regolamento prevede che

1. Gli operatori sono responsabili del rispetto delle disposizioni di cui al presente provvedimento, a prescindere dalla tecnologia e dalla modalità organizzativa con cui i servizi di assistenza vengono forniti, senza alcuna differenziazione tra servizi prestati direttamente o indirettamente, ossia tramite società di servizi cui viene affidata la gestione degli stessi.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

2. Gli operatori assicurano che i servizi di assistenza realizzino, **nel rispetto delle disposizioni vigenti** e in particolare di quelle sul trattamento dei dati personali, **sulla trasparenza**, sui contratti, del Piano Nazionale di Numerazione e di iscrizione al ROC, un efficiente ed efficace canale di comunicazione con gli utenti.

3. Gli operatori garantiscono che **l'erogazione dei servizi di assistenza sia improntata alla massima trasparenza nei confronti dell'utente** e alla coerenza con le finalità e gli obiettivi del servizio stesso e della presente direttiva, agevolando l'utente nell'accesso ai servizi di assistenza erogati e nella conoscenza delle modalità di utilizzo e fruizione dei vari canali di assistenza.

L'Autorità rileva, pertanto, che la responsabilità degli operatori, in relazione al tema dell'assistenza clienti, è riferito al generale principio di trasparenza e della qualità dei servizi tutelato dagli artt. 98 - *quindecies* e 98 - *sedecies* del Codice il cui corrispondente presidio sanzionatorio è stabilito dall'art. 30, comma 19.

L'Autorità, pertanto, ritiene di sostituire il presidio sanzionatorio previsto in consultazione pubblica con il più attinente comma 19.

ALLEGATO 1 – INDICATORI DI QUALITÀ DELLE CHIAMATE AI SERVIZI DI ASSISTENZA CLIENTI

1. Tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi

Un operatore (OMISSIS) evidenzia che la previsione di un doppio parametro di misurazione (ovvero il “tempo medio di risposta dell'operatore” e il “tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi”) rischia di sobbarcare gli Operatori SMA di investimenti, anche in termini di addetti all'assistenza, sproporzionati rispetto all'obiettivo posto, e ritiene che la fissazione di un unico parametro, già offerto da OMISSIS, soddisfi adeguatamente l'esigenza che muove questa Autorità nello svolgimento dei suoi compiti. **Il parametro “Tempo medio di risposta dell'operatore” è ritenuto anacronistico vista la crescente introduzione di forme di intelligenza artificiale** che assistono adeguatamente il cliente nella fruizione e gestione dei servizi dallo stesso scelti, e occorre considerare che il parametro, così delineato, rischia di inglobare nella misurazione anche la fase di navigazione del cliente all'interno dell'IVR. Propone di misurare esclusivamente il tempo di ingresso alla coda dell'operatore, avviando la misurazione a partire dal momento in cui il cliente digita l'opzione che gli consente di parlare con un consulente.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM, in relazione all'osservazione di cui sopra ribadisce che i fornitori SMA fanno riferimento alle misure stabilite dalla delibera n. 74/24/CONS a cui il presente provvedimento è collegato.

Passando al merito degli indicatori di qualità e le relative modalità di misura disciplinati all'articolo 8 dello schema di regolamento, in via preliminare, si ribadisce che sussiste in capo all'Agcom il potere di fissare standard minimi di qualità dei servizi, ivi compresi i servizi di assistenza clienti, in virtù dell'art. 2, comma 12, lett. h) della legge n. 481/95, dell'art. 1, comma 6, lett. b), n. 2 della legge n. 249/97.

Si ricorda che le disposizioni sugli indicatori di qualità dei servizi sono riportate all'art. 98-sedecies del nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche (Qualità dei servizi relativi all'accesso a internet e dei servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico). Il riferimento a tale articolo viene effettuato nella misura in cui si considera, come d'altra parte fa il BEREC nel documento BoR 20 (53) che definisce i parametri di QoS, che l'assistenza clienti è un elemento basilare dell'offerta di accesso. A mente del comma 1, *l'Autorità può prescrivere ai fornitori di servizi di accesso a internet e di servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico di pubblicare, a uso degli utenti finali, informazioni complete, comparabili, attendibili, di facile consultazione e aggiornate sulla qualità dei servizi offerti*, tra cui, il servizio assistenza.

In base al comma 2 del suddetto articolo, *l'Autorità precisa, tenendo nella massima considerazione le linee guida del BEREC, i parametri di qualità del servizio da misurare, i metodi di misura applicabili e il contenuto, la forma e le modalità della pubblicazione, compresi meccanismi di certificazione della qualità. Se del caso, sono utilizzati i parametri, le definizioni e i metodi di misura indicati nell'allegato 10.*

Si osserva che l'Autorità deve far riferimento alle linee guida BEREC.

Per quanto riguarda i parametri di qualità del servizio di assistenza clienti si è proceduto ad un necessario aggiornamento di quanto previsto nella delibera n. 79/09/CSP tenuto conto del fatto che, se da una parte il nuovo Codice non specifica misure sugli indicatori di qualità in Allegato 10, questi sono previsti nelle Linee guida BEREC (e in alcuni Paesi europei) a cui il Codice rinvia su questioni tecniche.

Nello specifico, gli indicatori introdotti in questo schema di provvedimento sostituiscono i preesistenti indicatori dell'Allegato A alla delibera n. 79/09/CSP di seguito richiamati:

- 1) *“Tempo di navigazione”*: intervallo di tempo intercorrente tra il momento in cui viene completata correttamente la selezione del numero del servizio telefonico di contatto e quello in cui può essere selezionata dall'utente chiamante la scelta che consente di parlare con un addetto, per presentare un reclamo;

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

- 2) *“Tempo di attesa”*: intervallo di tempo intercorrente tra il momento in cui viene selezionata dall’utente la scelta di parlare con un addetto del call center all’interno del sistema interattivo di risposta (IVR) e l’effettivo inizio della conversazione;
- 3) *“Tasso di risoluzione dei reclami”*: percentuale di reclami risolti senza che l’utente abbia la necessità di effettuare solleciti.

I parametri di qualità della delibera n. 79/09/CSP sono pertanto modificati sia avuto riguardo alla definizione, allineandoli a quanto previsto dal BEREC, tuttavia confermando gli standard minimi di qualità di cui all’articolo 6 opportunamente rivisti.

Passando al merito si osserva che BEREC prevede, nel documento BoR (20) 53 pubblicato all’avvio della consultazione, i seguenti indicatori nel caso di assistenza telefonica riconfermati nell’ultima versione BoR (24) 42:

Table 2 QoS Parameters not set out in Annex X of the EECC

Additional QoS Parameters (not in Annex X)	Definition	Measurement method
Response time for operator services ²⁵ (Customer Care Services – Help Desk)	ETSI ES 202 057-1 (clause 5.6.1) Time elapsed between the end of dialling to the instant the human operator answers the calling user to provide the service requested. Applicable to both fixed and mobile services.	ETSI EG 202 057-1 (clause 5.6.3) It is measured by: a) mean time to answers; b) percentage of calls answered within 20 seconds.
Customer complaints ²⁶ resolution time	ETSI ES 202 057-1 (clause 5.10.1) The duration from the instant a customer complaint is notified to the published point of contact of a service provider and is not found to be invalid to the instant the cause for the complaint has been resolved. Applicable to both fixed and mobile services.	ETSI ES 202 057-1 (clause 5.10.3) It is measured by: a) the time by which the fastest 80% and 95% of complaints have been resolved (expressed in clock hours); b) the percentage of complaints resolved any time stated as an objective by the service provider.

Di seguito i parametri di qualità che si sono proposti per l’assistenza telefonica:

1. Tempo medio di risposta dell’operatore

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Definizione: Intervallo di tempo ricompreso tra l'istante in cui la chiamata raggiunge il servizio clienti e l'istante in cui l'utente viene messo in comunicazione con un addetto.

Si ottiene come la Media dei tempi di accesso alla risposta dell'addetto, calcolata considerando ciascuna chiamata al servizio clienti che abbia avuto risposta da parte di un operatore.

Nel caso in cui per rispondere alla chiamata sia utilizzato un IVR, per ciascun utente che sia stato messo in comunicazione con un operatore deve essere considerato il tempo minimo di accesso in quello specifico IVR fino alla scelta effettuata per poter parlare con l'addetto, sommato con il tempo atteso dallo specifico utente per la risposta dell'addetto.

Il parametro è estratto dal documento BoR (20) 53, table 2: “*mean time to answers*” come specificato in ETSI EG 202 057-1 (clause 5.6.3) – P6.1

Si osserva che rispetto alla definizione ETSI la definizione che si propone in questo schema di regolamento non include il tempo che intercorre tra la digitazione del numero telefonico e il momento in cui la chiamata è instradata al servizio clienti dell'operatore, cosiddetto tempo di *setup*, che è difficilmente misurabile.

Si osserva, inoltre, che la nuova definizione aggrega i valori dei due indicatori preesistenti “Tempo di navigazione” e “Tempo di attesa - misura a)”.

2. Tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi

Percentuale delle chiamate in cui i clienti sono messi in attesa al massimo 20 secondi per parlare con un operatore dopo la selezione del numero o dell'opzione dell'IVR dove applicabile.

Simile all'indicatore preesistente “Tempo di attesa - misura b)”. Rispetto a questo vengono considerate tutte le chiamate, non solo quelle con risposta, coerentemente con quanto riportato nello standard ETSI. A tale riguardo l'Autorità, proprio al fine di non gravare sui costi degli operatori, ha rilassato lo standard minimo fissandolo al 40% delle chiamate con risposta entro 20 secondi in luogo del 50% proposto in consultazione pubblica.

Un'associazione (OMISSIS) chiede di eliminare gli indicatori “Tempo medio di risposta dell'operatore” e “Tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi” in quanto mera duplicazione di parametri di qualità del servizio cui inerisce l'assistenza già proposti dall'Autorità in altra sede (cfr. delibera 405/22/CONS, allegato schema di provvedimento e in specie allegato 9).

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM riferisce che i parametri relativi all'assistenza clienti sono stati rimossi dal citato procedimento, concluso con la delibera n. 156/23/CONS, infatti, come riportato in Allegato B alla stessa delibera (nel capitolo relativo all'Allegato 9) l'Autorità, al fine di evitare una non coerenza delle informazioni e inutili aggravii per il mercato, ha condiviso l'opportunità di stralciare il KPI in argomento dal citato regolamento, essendo lo stesso già presente nella regolamentazione sulla qualità dei servizi telefonici di assistenza clienti.

Giova richiamare che in tale sede un rispondente ha evidenziato che, *qualora l'Autorità ritenga comunque di mantenere tale indicatore, la misura b) "percentuale di chiamate entranti in cui il tempo di risposta è inferiore a 20 secondi" rappresenta un valore talmente piccolo - se rapportato al tempo totale di risposta - da risultare poco significativo per il cliente: considerando, infatti, che il tempo totale di chiamata ai servizi di assistenza clienti è normalmente superiore ai 100 secondi (dal momento che devono essere inclusi anche i tempi dei sistemi di risposta automatica), la percentuale in questione sarebbe nettamente inferiore all'1%. Propone quindi di modificare l'indicatore portando la soglia ad almeno 50/60 secondi.*

Un operatore (OMISSIS) non è favorevole ad accorpate in un unico KPI, sommandone i tempi, i due attuali KPI "Tempo di attraversamento dell'IVR fino a raggiungere l'opzione che consente di parlare con un operatore fisico" e "Tempo medio di attesa per parlare con un operatore fisico", in quanto grandezze temporali diverse sulle quali impattano fenomeni non confrontabili. Rileva, inoltre che aggregando i due KPI non sarebbe tecnicamente possibile depurare dal conteggio il tempo di recitazione dell'identificativo dell'operatore.

AGCOM, in relazione all'osservazione di cui sopra ribadisce che il KPI in questione è specificato nel documento BoR (24) 42 "*BEREC Guidelines detailing Quality of Service Parameters*", nel quale si fa esplicito riferimento per la sua definizione e metodo di misura al capitolo 5.6 dello standard ETSI EG 202 057-1. Nello standard, al §5.6.1.1, viene espressamente riportato come spiegazione della definizione del parametro: "*The duration from the instant when the address information required for setting up a call is received by the network (e.g. recognized on the calling user's access line) to the instant the human operator answers the calling user to provide the service requested. Services provided wholly automatically, e.g. by voice response systems, are excluded. [...] The period in this definition includes waiting times because operators are busy, and times for going through voice response systems to reach the operator. However it excludes the handling of the call by the operator, e.g. conversation with the operator. [...]*" (enfasi aggiunta).

Ne consegue che il parametro, che mira a misurare nel suo complesso il tempo che l'utente che chiama il servizio clienti deve attendere per poter effettivamente parlare con un operatore, considerando tutti i tempi necessari per essere posti in comunicazione, è allineato alla

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

definizione del BEREC ed è il valore rilevante dal punto di vista dell'utente, offrendo un'indicazione chiara, generale e sintetica sui tempi medi necessari per contattare un operatore.

In relazione alla dichiarata impossibilità di depurare dal conteggio il tempo di recitazione dell'identificativo dell'operatore e in conseguenza del fatto che questo potrebbe essere effettuato sia con un messaggio preregistrato sia dall'operatore stesso, si ritiene che la chiamata possa ritenersi collegata con l'operatore nel momento in cui un eventuale messaggio preregistrato con il suo identificativo sia riprodotto.

Si introduce quindi nel testo dei KPI la seguente prescrizione: *“dalla misura è escluso l'eventuale singolo messaggio preregistrato che comunica al cliente l'identificativo dell'operatore immediatamente prima del collegamento”*.

2. Indice di soddisfazione del cliente nel caso di servizio di assistenza telefonico

In via preliminare si osserva che **molti rispondenti** chiedono di eliminare l'indicatore di qualità relativo al grado di soddisfazione del cliente in caso di servizio di assistenza telefonica, in quanto non costituirebbe un parametro oggettivo per misurare la qualità del servizio.

Molti rispondenti (OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS) chiedono l'eliminazione dell'indicatore di qualità relativo al grado di soddisfazione del cliente in caso di servizio di assistenza telefonica. La maggior parte di tali rispondenti rileva che gli indicatori basati sugli esiti dei questionari di gradimento sono soggettivi rispetto alle aspettative ed al percepito dei clienti e non costituirebbero parametri oggettivi per misurare la qualità del servizio.

Un rispondente (OMISSIS) richiede che la rilevazione della soddisfazione del cliente, nel caso di servizio di assistenza telefonico, possa essere effettuata non solo da una piattaforma ad hoc, ma anche dallo stesso operatore del servizio clienti al termine della telefonata, oppure con una chiamata successiva apposita, qualora la richiesta di supporto del cliente pervenga tramite e-mail o PEC.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento all'“Indice di soddisfazione del cliente nel caso di servizio di assistenza telefonico”, ritiene che gli Operatori debbano essere liberi di svolgere le rilevazioni secondo le modalità ritenute più appropriate, ferma restando la comparabilità delle rilevazioni e garantendo la libertà dell'operatore di indagare, con ulteriori domande, anche altri aspetti del servizio di assistenza. Suggerisce, pertanto, di adottare una scala da 1 a 10.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

Altri due operatori (OMISSIS) esprimono una riserva riguardo alla circostanza che il grado di soddisfazione del cliente debba essere oggetto di una così puntuale definizione e rilevazione nell'ambito del presente procedimento.

L'Autorità, alla luce delle osservazioni del mercato, ritiene necessaria la previsione di cui al comma 1 dell'articolo 9, laddove allo scopo di valutare la qualità dei servizi erogati, l'Autorità si riserva di effettuare periodicamente la rilevazione del gradimento da parte degli utenti dei vari servizi di assistenza forniti dagli Operatori, per il cui espletamento può eventualmente avvalersi, previo accordo, della collaborazione di associazioni rappresentative dei consumatori. L'Autorità in collaborazione con gli Operatori e le associazioni dei consumatori, predisporrà un formato unico per la rilevazione dei servizi che definirà il contenuto dei questionari di gradimento.

L'Autorità preso atto delle osservazioni pervenute, ritiene comunque opportuno confermare la descrizione dell'indice di soddisfazione, in quanto fornisce delle indicazioni al mercato su modalità di rilevazione del parametro, che tuttavia assume come facoltativo. L'Autorità si riserva di rivedere questa previsione a seguito di un periodo di monitoraggio e di ulteriori interlocuzioni con il mercato. Viene pertanto assunto come facoltativo il *parametro 3. Indice di soddisfazione del cliente nel caso di servizio di assistenza telefonico e di eCare, Allegati 1 e 2.*

Un rispondente (OMISSIS) chiede di estendere l'ambito degli indicatori sia alle richieste di contatto telefonico che a quelle digitali.

AGCOM rinvia a quanto già replicato in relazione a analoga richiesta del rispondente.

ALLEGATO 2 – INDICATORI DI QUALITÀ DEI CANALI DI ASSISTENZA DIGITALI (ECARE)

Diversi rispondenti (OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS, OMISSIS) chiedono di eliminare l'indicatore "Indice di soddisfazione del cliente".

Un operatore (OMISSIS) con riferimento all'"Indice di soddisfazione del cliente" propone un maggiore margine di discrezionalità circa la modalità specifica attraverso la quale proporre il sondaggio e propone di effettuare un sondaggio su un campione di contatti.

Un rispondente (OMISSIS) ritiene che gli Operatori debbano essere liberi di svolgere le rilevazioni secondo le modalità ritenute più appropriate, ferma restando la comparabilità delle rilevazioni e garantendo la libertà dell'operatore di indagare, con ulteriori domande, anche altri aspetti del servizio di assistenza. Suggerisce, pertanto, di adottare una scala da 1 a 10.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

L’Autorità, visto il comma 1 dell’articolo 9 che già prevede simili indagini di mercato, nel prendere atto delle osservazioni pervenute, ritiene comunque opportuno confermare la descrizione dell’indice di soddisfazione, in quanto fornisce delle indicazioni al mercato su modalità di rilevazione, che tuttavia assume come facoltativo. L’Autorità si riserva di rivedere questa previsione a seguito di un periodo di monitoraggio e di ulteriori interlocuzioni con il mercato.

ALLEGATO 3 – INDICATORI DI QUALITÀ RELATIVI AI RECLAMI

OSSERVAZIONI DEI RISPONDENTI

Un’associazione (OMISSIS) chiede di eliminare l’indicatore “tempo di risoluzione dei reclami” in quanto mera duplicazione di parametri di qualità del servizio cui inerisce l’assistenza già correttamente proposti dall’Autorità in altra sede (cfr. delibera 405/22/CONS, allegato schema di provvedimento.)

AGCOM conferma che la delibera n. 156/23/CONS non prevede tale indicatore di qualità.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al “tempo di risoluzione dei reclami” chiede di specificare che per “esito del reclamo” sia inteso “esito di gestione del reclamo”, e di eliminare il fax come metodo di comunicazione al cliente. Chiede infine di specificare che i rapporti siano complessivi per tutti i canali utilizzati.

AGCOM ha già accolto la richiesta di eliminazione del FAX come metodo di contatto obbligatorio. Per le ragioni già espresse non si condivide la proposta di effettuare un unico rapporto per tutti i canali utilizzati. Si conferma che per “esito del reclamo” si intende “l’esito della gestione del reclamo”.

Un rispondente (OMISSIS) evidenzia, da un lato, la necessità che sia offerta un’indicazione di massima su cosa può costituire un “reclamo” con riguardo all’offerta di servizi media audiovisivi, dall’altro, che vengano fornite delle indicazioni che consentono di ricevere reclami esclusivamente riguardanti i servizi offerti dall’operatore SMA e non, ad esempio, eventuali problematiche di connettività o di inadeguato livello della qualità del servizio di rete offerto dall’operatore di rete. Osserva, inoltre, la necessità che venga compilato un modulo ad hoc da parte del cliente che intende presentare un reclamo relativamente a un servizio media audiovisivo perché al fine di supportarlo adeguatamente, è necessario che questi fornisca un set minimo informativo/tecnico che ne consenta una gestione rapida ed efficace.

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

AGCOM riferisce che il reclamo è definito all'articolo 1, come segue:

- a) *reclamo*: la comunicazione con cui il cliente (o suo delegato, precedentemente comunicato per iscritto dall'utente finale), nelle fasi di sottoscrizione, attivazione, vigenza e cessazione di un contratto per la fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche, si rivolge direttamente all'operatore per chiedere la risoluzione di una problematica attinente alla esecuzione del contratto, attinente all'oggetto, le modalità o i costi della prestazione erogata, compresa la ritardata soluzione di un disservizio oggetto di segnalazione;

Resta inteso che il reclamo non può riguardare, come chiarito nella delibera n. 74/24/CONS, problematiche attinenti alla connettività che riguardano il contratto con l'operatore di accesso.

Avuto riguardo alla necessità che venga compilato un modulo ad hoc da parte del cliente che intende presentare un reclamo relativamente a un servizio media audiovisivo perché al fine di supportarlo adeguatamente, e che è necessario che questi fornisca un set minimo informativo/tecnico che ne consenta una gestione rapida ed efficace, si ritiene che la modalità di raccolta dei reclami resti nell'autonomia gestionale degli operatori, fatti salvi i generali principi di correttezza e buona fede.

Un operatore (OMISSIS), con riferimento al “Tempo di risoluzione dei reclami” chiede di specificare che si applica solo ai reclami ritenuti fondati.

AGCOM riferisce che la definizione già prevede che il parametro da misurare rappresenta l'Intervallo di tempo ricompreso tra l'istante in cui **un fondato reclamo** viene ricevuto dall'operatore e l'istante in cui la comunicazione dell'esito della gestione del reclamo viene inviata al cliente.

ALLEGATO 4 – MODELLO ELETRONICO

Un operatore (OMISSIS) con riferimento al "tempo di risoluzione dei reclami" **chiede di ridurre la percentuale relativa al tempo di risoluzione dei reclami dal 95% al 90%.**

AGCOM, vista l'analisi di impatto di cui in Allegato 2, ritiene la proposta accoglibile in quanto si ottiene un parametro ancora significativo per i clienti ma a fronte di un minor onere economico per il mercato.

ALLEGATO 5 – TRACCIABILITÀ DEL RECLAMO

Le **Associazioni dei consumatori** concordano sui contenuti proposti.

Un operatore (OMISSIS) chiede di eliminare il “motivo e breve descrizione del reclamo”.

Un altro operatore (OMISSIS) chiede di eliminare la “descrizione del reclamo” e la prescrizione “Addizionalmente, se, alla data di compilazione della trascrizione, sono state già

SINTESI DEI CONTRIBUTI E VALUTAZIONI. OSSERVAZIONI SULLE SINGOLE DISPOSIZIONI.

adottate misure in merito al reclamo, è fornita anche una descrizione/spiegazione di tali misure.”

Un rispondente (OMISSIS) chiede di eliminare l’obbligo di fornire la trascrizione del reclamo e il resoconto sullo stato di avanzamento dello stesso.

AGCOM rinvia a quanto ampiamente argomentato nelle specifiche sezioni afferenti agli articoli che contengono la relativa disciplina.