

**Disciplina e qualità del servizio di assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi**

**DELIBERA**

**Articolo 1  
(Definizioni)**

1. Ai fini della presente direttiva si intendono per:

- a) addetto al *call center*: la risorsa umana che gestisce il servizio di contatto telefonico tra l'operatore e l'utente;
- b) addetto al *servizio di assistenza clienti*: la risorsa umana che gestisce il servizio di contatto (telefonico o digitale) tra l'operatore e l'utente;
- c) *call center*: 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;
- d) canale *social*: il canale attraverso cui può espletarsi un servizio di *e-caring*. Si classifica, ulteriormente, in:
  - o canale pubblico, quando la comunicazione tra utente e fornitore del servizio avviene in una piazza virtuale pubblica. Ad esempio: *post*, *tweet*, discussione su *blog* o *forum*;
  - o canale privato, quando la comunicazione tra utente e fornitore del servizio, pur iniziata attraverso un'applicazione di *social network*, fa uso di messaggistica riservata.
- e) *chatbot*: intelligenza virtuale in grado di rispondere in modo automatico alle richieste più frequenti e di far intervenire un operatore umano solo quando necessario
- f) CLI: identificativo della linea chiamante (*calling line identification*);
- g) "Codice": il Codice delle comunicazioni elettroniche approvato con decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, come modificato dal decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207;
- h) "Codice del consumo": il Codice del consumo approvato con decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206;
- i) *contatto digitale*: contatto tra utente e operatore, che si realizza attraverso un canale di comunicazione e di 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;
- j) *contatto telefonico "inbound"*: contatto tra utente e operatore che si realizza telefonicamente per richieste di informazioni, prestazioni, servizi commerciali e inoltre reclami; può essere realizzato anche attraverso un albero fonico interattivo e può far uso di sistemi di risposta automatica;
- k) *contatto telefonico "outbound"*: servizio attraverso il quale l'operatore si mette in contatto con l'utente;

- l) *e-care*: complesso dei servizi di assistenza ai clienti che si realizzano attraverso forme di contatto digitali;
- m) *fornitore di servizi di media audiovisivi*: la persona fisica o giuridica di cui all'articolo 3, comma 1, lettera d), del TUSMA che fornisce il servizio di media audiovisivo di cui alle lettere p) e q) del medesimo Testo unico e che si rivolge al pubblico italiano;
- n) indagine di tipo “*call back*”: indagine sulla soddisfazione dell'utente, in relazione ai servizi di assistenza erogati, che prevede di richiamare ed intervistare un campione casuale di clienti finali che si sono rivolti ai servizi di contatto;
- o) *IVR (Interactive Voice Response)* o albero fonico: sistema interattivo di risposta capace di erogare informazioni ad un chiamante interagendo tramite tastiera telefonica o riconoscimento vocale; tale sistema consente di erogare un insieme di messaggi preregistrati, oppure un menù a scelta multipla, di memorizzare dati introdotti attraverso la tastiera telefonica o riconoscimento vocale, alleggerendo il carico di chiamate pervenute agli addetti del *call center*;
- p) *Operatore*: qualunque soggetto autorizzato a fornire servizi di comunicazioni elettroniche e media audiovisivi agli utenti finali;
- q) *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;
- r) servizio *pay-tv*: servizio televisivo a pagamento;
- s) *servizio di assistenza clienti (customer care)*: 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;
- t) *utente*: la persona fisica o giuridica che utilizza o chiede di utilizzare un servizio di comunicazione elettronica accessibile al pubblico e che non fornisce reti pubbliche di comunicazione o servizi di comunicazioni elettroniche accessibili al pubblico, ovvero il consumatore che, attraverso l'accesso a una piattaforma distributiva, fruisce dei prodotti audiovisivi in virtù di un contratto con un fornitore di servizi di media;
- u) *utente finale*, un utente che non fornisce reti pubbliche di comunicazione elettronica o servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico o a gruppi chiusi di utenti;
- v) TUSMA: il Testo unico dei servizi di media audiovisivi di cui al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208;

## **Articolo 2** **(Oggetto della direttiva)**

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, ai sensi dell'articolo 98 quindicesimo del Codice e dell'articolo 33 del TUSMA, fruibilità e qualità delle prestazioni rese, ai sensi dell'articolo 98 sedicesimo del Codice



e dell'articolo 33 del TUSMA, 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.

### **Articolo 3 (Responsabilità degli Operatori)**

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.
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, ai sensi dell'articolo 98 quidecies del Codice e dell'art. 33 del TUSMA, improntata alla massima trasparenza nei confronti dell'utente e alla coerenza con le finalità e gli obiettivi di qualità del servizio stesso e della presente direttiva, ai sensi dell'articolo 98 sedecies del Codice e dell'articolo 33 del TUSMA, agevolando l'utente nell'accesso ai *servizi di assistenza* erogati e nella conoscenza delle modalità di utilizzo e fruizione dei vari canali di assistenza.

### **Articolo 4 (Principi generali)**

1. Gli operatori, nel fornire servizi di assistenza, affiancano alle modalità digitali un servizio di contatto che richiede il coinvolgimento di un addetto, tra cui almeno il *call center*.
2. Gli operatori assicurano, anche impartendo le dovute istruzioni agli addetti all'assistenza o alle società terze, fornitrici del servizio, che nello svolgere il servizio di contatto siano rispettate le seguenti disposizioni:
  - a. informare il cliente in maniera chiara ed esaustiva sui servizi di comunicazioni elettroniche, media audiovisivi, sottoscritti e forniti, nonché, in termini obiettivi, sulle prestazioni offerte e sui prezzi applicati;
  - b. rendere disponibili in modo semplice le informazioni riguardo alle modalità ed ai canali di accesso e utilizzo sia dei servizi sottoscritti sia delle relative forme di assistenza;
  - c. garantire la correttezza delle informazioni fornite all'utente, ivi comprese le modalità di recesso e i diritti riconosciuti dalle carte dei servizi;



- 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;
- e. adottare gentilezza e cortesia per tutta la durata del contatto e non interrompere unilateralmente il contatto sino a quando l'utente abbia necessità di avere informazioni inerenti al servizio erogato, salvo i casi di comportamenti scorretti o inopportuni dell'utente stesso (in tali casi il contatto è chiuso previo preavviso); in caso di caduta della linea l'operatore, ove praticabile, effettuerà un tentativo di ricontatto;
- f. fornire informazioni in italiano corrente, utilizzando un linguaggio corretto, chiaro e comprensibile, ripetendo - se necessario - le informazioni richieste dall'utente ed evitando l'uso di espressioni fuorvianti o di sigle e acronimi di non immediata comprensibilità;
- g. perseguire l'obiettivo dell'uniformità delle risposte e delle proposte contrattuali al variare dell'addetto e del servizio di contatto utilizzato;
- h. fornire informazioni precise e complete sulle modalità di presentazione dei reclami ai sensi della normativa vigente;
- i. gestire la procedura di presentazione e lavorazione dei reclami, in tutte le sue fasi, in modo omogeneo per tutti i canali di assistenza, con particolare riferimento a modalità di formulazione, contenuto, tracciabilità, trasparenza e diritti degli utenti in materia di reclamo;
- j. dotarsi di procedure di gestione delle segnalazioni o dei reclami che garantiscano a cliente, tramite il servizio di assistenza telefonica del *call center* e almeno un contatto digitale ove previsto, per ciascun reclamo formulato, che sia assegnato un codice identificativo e di ricevere sempre una risposta adeguata entro i tempi contrattualmente definiti e indicati nelle carte dei servizi;
- 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 con un addetto; in caso di contatto digitale è raccomandato di prevedere una sezione che consenta in modo immediato di presentare segnalazioni di disservizi e reclami;
- l. in relazione all'assistenza telefonica, non utilizzare la funzione di identificazione della linea chiamante (CLI) per rifiutare le chiamate in entrata del singolo utente, o per effettuare scelte discriminatorie all'interno della stessa categoria di utenza a parità di tipologia di richiesta;
- m. adottare le opportune e necessarie misure organizzative per garantire che i *call center* operino nel rispetto degli obblighi vigenti di iscrizione al ROC, divieto di modifica del CLI e acquisizione di contratti secondo modalità che rispettano la normativa e la regolamentazione vigente.

## Articolo 5

### (Disciplina del servizio di assistenza telefonica)

1. Il cliente ha diritto all'assistenza telefonica da parte del fornitore del servizio, per qualsiasi questione attinente alla prestazione contrattuale erogata, chiamando il *call center* indicato dal proprio Operatore.



2. La risposta alla chiamata del cliente al *call center* del proprio operatore è sempre fornita, a meno di eccezionali condizioni di congestione del traffico a livello di rete. Ovvero, in risposta al proprio tentativo di chiamata, il cliente non riceve un tono di “occupato” ma, in caso di congestione del *call center*, un messaggio che inviti a richiamare successivamente.
3. Le opzioni dell’albero IVR che permettono di colloquiare con un addetto sono esplicite, trasparenti e comprensibili, consentendo all’utente di ottenere assistenza da parte di un addetto e presentare reclamo nel minor tempo possibile. Le opzioni di accesso all’assistenza con addetto restano inalterate al variare della configurazione dell’IVR, a meno di impossibilità tecnica comprovata.
4. Alla selezione dell’opzione del ramo IVR per parlare con un addetto da parte dell’utente, la chiamata non può essere chiusa dal sistema. Pertanto, l’utente ha diritto ad essere posto in coda d’attesa, qualunque sia il tempo d’attesa stimato, e a rilasciare la chiamata di propria iniziativa.
5. Al cliente posto in coda d’attesa può essere periodicamente fornito un messaggio vocale che lo informi almeno del tempo stimato d’attesa.
6. Il diritto all’assistenza telefonica è mantenuto almeno per i sei mesi successivi alla data di risoluzione del contratto, allo scopo di consentire all’utente di poter gestire e chiudere senza difficoltà eventuali pendenze contrattuali o relative al passaggio ad altro operatore.
7. Nella fornitura del servizio telefonico di assistenza clienti gli Operatori utilizzano numerazioni gratuite e per le quali non è previsto alcun tipo di addebito al chiamante, a qualsiasi rete esso appartenga, nel rispetto dell’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, nel rispetto degli obblighi di verifica della correttezza e di non alterazione del CLI di cui all’art. 6 della delibera n. 8/15/CIR come integrata dalla delibera n. 156/18/CIR.
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).
9. Gli operatori assicurano il diritto del cliente a presentare un reclamo e a parlare direttamente, a tale scopo, con un addetto. Tutti gli addetti sono tenuti ad acquisire il reclamo telefonico.

## **Articolo 6**

### **(Linee guida sulla fornitura dei canali di assistenza digitali)**

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.
2. Per servizi di cui al comma 1, ove forniti, è raccomandato che siano accessibili all’utenza a prescindere dall’operatore che fornisce l’accesso alla rete Internet.
3. Nel caso in cui l’assistenza sia fornita mediante un’applicazione, al fine di garantire la trasparenza informativa verso gli utenti finali, fermo restando quanto prescritto dall’art. 13 del Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016,



recante “*Regolamento generale sulla protezione dei dati*”<sup>1</sup>, in merito all’informativa sul trattamento dei dati personali, in fase di installazione agli operatori è raccomandato che rendano visibili informazioni chiare, semplici ed esaustive in merito alle autorizzazioni e ai privilegi di accesso richiesti, nonché all’obbligatorietà o meno del conferimento e alla possibilità e modalità di revoca.

4. Si raccomanda che non siano imposti al cliente autorizzazioni e privilegi di accesso ultronei a quelli strettamente necessari e funzionali all’utilizzo delle app ai soli fini di assistenza.
5. Si raccomanda che almeno uno dei servizi di cui al comma 1 permetta di inoltrare, documentare e tracciare un reclamo e rendere disponibile, su richiesta dell’utente, copia trascritta, con almeno le informazioni di cui all’Allegato 5, del contatto intercorso su supporto durevole o, ove acconsentito dal cliente, nell’APP o nell’Area cliente.
6. In caso di contatti digitali, con riscontro in tempi differiti, all’atto della presa in carico di una richiesta da parte dell’utente, al fornitore del servizio è raccomandato di riscontrare l’utente con un messaggio automatico di conferma dell’avvenuta ricezione della comunicazione.
7. All’atto della messa in servizio di ogni nuovo canale di assistenza digitale, all’operatore è raccomandato di pubblicare sulla pagina dedicata all’assistenza del proprio sito web, ove ritenuto aggiungendo anche l’Area Riservata e l’APP, esaurienti informazioni atte ad istruire gli utenti ad accedere al canale ed utilizzare il servizio di contatto, comprese eventuali *form* di contatto e la procedura di presentazione e gestione di un reclamo. Il fornitore del servizio può inoltrare all’Autorità una dettagliata descrizione della nuova forma di assistenza.

## **Articolo 7**

### **(Modalità di presentazione e tracciabilità del reclamo)**

1. Il cliente ha diritto a formulare il reclamo attraverso il canale telefonico oltre che mediante raccomandata A/R. Si raccomanda che l’operatore consenta la possibilità di utilizzare, per la presentazione dei reclami, almeno un contatto digitale, laddove l’operatore mette tale modalità a disposizione del cliente.
2. Per i servizi di assistenza telefonica, ai clienti (*call center*) è resa disponibile una opzione dedicata alla presentazione del reclamo al primo livello dell’albero IVR.
3. L’operatore del servizio assistenza telefonica ai clienti, che riceve il reclamo, è tenuto, a chiedere al cliente di confermare che il recapito presso il quale ricevere la comunicazione scritta dell’esito del reclamo presentato sia lo stesso già comunicato in fase di attivazione del servizio. In caso negativo l’operatore ne richiede la rettifica nell’Area Riservata. Il cliente, su propria esplicita richiesta, potrà fornire il proprio nuovo recapito nel corso del contatto telefonico.
4. Il termine per la definizione del reclamo formulato ai sensi del comma 1, a partire dalla data di ricevimento dello stesso, è non superiore a trenta giorni.
5. L’operatore ha l’obbligo di comunicare al cliente, una volta acquisito il reclamo, un codice identificativo dello stesso, anche quando non sollecitato dal cliente stesso, fatte salve le

---

<sup>1</sup> Come aggiornato alle rettifiche pubblicate sulla Gazzetta Ufficiale dell’Unione europea 127 del 23 maggio 2018.



disposizioni in materia di tutela dei dati personali e di cui ai Codici di condotta in materia di attività di *Call center*.

6. Il codice generato deve presentare, per quanto possibile, una configurazione logica e semplice, allo scopo di favorirne la memorizzazione da parte dell'utente; sono da preferire, all'uopo, campi alfanumerici, basati su criteri di progressività.
7. Nelle comunicazioni interattive in tempo reale (telefonate, chat) il codice è fornito al reclamante immediatamente una volta acquisito e registrato il reclamo; nelle comunicazioni interattive in tempo differito (SMS, PEC, e-mail, messaggi su social network, ecc.) il codice è fornito al reclamante contestualmente al messaggio che conferma di aver acquisito e preso in carico il reclamo;
8. Il codice del reclamo è fornito anche nel caso di comunicazioni tradizionali (raccomandata a/r) se del caso anche su un canale di assistenza diverso e attivo con tale cliente. La fornitura del codice avviene su richiesta del cliente, contattando il servizio di assistenza; nel caso di raccomandata a/r, è possibile richiedere il codice dopo la ricezione dell'avviso di ricevimento, indicando il numero della raccomandata stessa.
9. Il cliente ha diritto a richiedere, indipendentemente dal canale di assistenza prescelto, l'elenco dei codici di reclamo aperti.
10. L'acquisizione da parte del cliente del codice identificativo del reclamo costituisce prova che l'operatore abbia preso in carico il reclamo; in caso di raccomandata a/r o PEC, la presentazione del codice di reclamo o l'avviso di ricevimento costituisce prova che il fornitore abbia preso in carico il reclamo.
11. L'operatore è tenuto a comunicare, entro 10 giorni dal termine di cui al comma 4, al cliente l'esito del reclamo in forma scritta su supporto durevole, allegando un resoconto contenente almeno le informazioni indicate in Allegato 5 anche nel caso in cui il reclamo non sia stato inoltrato in forma scritta. Nel caso in cui il reclamo sia stato presentato attraverso il canale telefonico, l'esito deve essere comunicato presso il recapito indicato dal cliente al momento della presentazione del reclamo stesso. Nel caso in cui il reclamo sia stato inoltrato utilizzando canali di assistenza digitali, via e-mail o via PEC, si raccomanda che l'operatore comunichi l'esito del reclamo all'utente utilizzando lo stesso canale scelto per presentare il reclamo stesso. Nel caso in cui il reclamo sia stato inoltrato via raccomandata a/r, l'operatore comunica al recapito indicato dal mittente l'esito del reclamo in forma scritta. 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.
12. I fornitori del servizio pubblicano nella Carta dei Servizi, nelle condizioni Generali del Contratto e sulla sezione dedicata all'assistenza nei loro siti web, un elenco completo delle modalità con cui i clienti possono formulare un reclamo, specificando, per ogni modalità, il termine per la definizione del reclamo; sono inoltre pubblicate informazioni esaustive sul diritto dell'utente a disporre del codice identificativo del reclamo e sulle modalità di tracciamento del reclamo stesso, dalla formulazione iniziale fino all'esito finale.



## Articolo 8 (Indicatori di qualità)

1. Gli operatori:
  - a. per i servizi telefonici di assistenza clienti, utilizzano gli indicatori di qualità definiti nell'Allegato 1, da intendersi come obbligatori i soli indicatori sub 1 e sub 2, facoltativo il sub 3; per i servizi di contatto digitali, utilizzano gli indicatori definiti nell'Allegato 2 da intendersi come facoltativi; per la gestione dei reclami, utilizzano gli indicatori definiti nell'Allegato 3, da intendersi come obbligatori. Gli Allegati 1, 2 e 3 formano parte integrante e sostanziale della presente direttiva;
  - b. definiscono autonomamente per detti indicatori, con frequenza annuale ed entro l'anno in corso, obiettivi da conseguire per l'anno successivo, informandone i clienti nella carta dei servizi e sul proprio sito web;
  - c. pubblicano, nel proprio sito web per i periodi di misurazione e nei termini di cui agli allegati 1, 2 e 3, un resoconto sui risultati effettivamente raggiunti, redatto secondo i modelli elettronici di cui all'Allegato 4, anch'esso parte integrante e sostanziale della presente delibera; il resoconto relativo alle rilevazioni annuali è pubblicato contestualmente alla relazione di cui all'art. 10 della direttiva generale in materia di qualità e carte dei servizi di cui alla delibera n. 179/03/CSP; per ogni annualità i resoconti e la relazione rimangono disponibili ed accessibili sulla pagina del sito riservata a tali pubblicazioni per gli ultimi 5 anni, ossia non sono rimossi e rimpiazzati da quelli delle successive annualità, che si aggiungono alle precedenti pubblicazioni;
  - d. inviano contestualmente all'Autorità avviso dell'avvenuta pubblicazione degli obiettivi di cui alla lett. b) e dei resoconti e della relazione di cui alla lett. c), con l'indicazione dell'indirizzo della relativa pagina web dove detti documenti sono pubblicati e disponibili, allegando, per i documenti di cui alla lett. c), i relativi file in formato elettronico sorgente;
  - e. riscontrano, nei tempi dovuti, ogni ulteriore richiesta dell'Autorità, su approfondimenti in merito alle procedure utilizzate per effettuare le misurazioni, ai formati e ai meccanismi di mantenimento delle informazioni nelle basi di dati ed a qualsiasi altro inerente argomento.
2. La documentazione di cui al comma 1 è inviata esclusivamente in formato elettronico, all'indirizzo PEC [agcom@cert.agcom.it](mailto:agcom@cert.agcom.it), indicando in oggetto il titolo della presente direttiva.
3. Al fine di migliorare la trasparenza informativa verso gli utenti finali e garantire che gli stessi abbiano accesso ad informazioni complete, comparabili e di facile consultazione, l'Autorità può realizzare, sul proprio sito *web*, collegamenti ipertestuali diretti alle pagine web dove gli Operatori pubblicano i dati e i documenti sulla qualità dei servizi di assistenza, di cui al comma 1, e, per canali di assistenza di medesima tipologia, può collezionare e pubblicare tabelle comparative degli obiettivi e dei risultati annuali degli indicatori di qualità conseguiti e che gli Operatori comunicano e pubblicano secondo le procedure definite ai commi 1 e 2.
4. Le disposizioni di cui ai commi da 1 a 3 sono applicate per singolo servizio di assistenza che l'Operatore rende disponibile per gli utenti.
5. 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 40%.
6. L’Autorità si riserva di rivedere, con nuovo provvedimento, la regolamentazione a livello di standard minimi e rilevazione della qualità, allo scopo di porre rimedio all’eventuale disagio dell’utenza finale dovuto alla constatata inefficienza nell’accesso ovvero nella fruizione del servizio telefonico di assistenza.

### **Articolo 9**

#### **(Valutazione della percezione della qualità dell’assistenza fornita all’utente)**

1. 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, stabilendo un formato e contenuto dei questionari di gradimento.
2. L’Autorità si riserva di affidare l’attività di cui al comma 1 a Società terze specializzate, che devono rispettare criteri oggettivi di obiettività ed imparzialità.
3. Ai fini di cui al comma 1, previa idonea richiesta, gli Operatori forniscono all’Autorità i dati funzionali al presente articolo degli utenti che si sono rivolti ai propri servizi di contatto. Ai fini dell’utilizzo lecito dei dati in questione, gli Operatori predispongono un’informativa all’utenza in merito alla possibilità che tali dati potranno essere utilizzati dall’Autorità per la rilevazione del gradimento dei servizi di assistenza utilizzati.
4. La valutazione della percezione della qualità del servizio di assistenza si può espletare tramite le indagini di tipo “call back” ovvero qualsiasi strumento utile a raccogliere i giudizi degli utenti, al fine di valutare rapidità, chiarezza, cortesia e capacità di risoluzione della problematica oggetto di assistenza, incluso *mystery calls* verso i *contact center* degli Operatori e la verifica dei servizi di contatto digitali con la simulazione della *user experience* degli utenti finali.

### **Articolo 10**

#### **(Contatti *outbound* e contatti a scopo contrattuale)**

1. Gli operatori e i *call center* assicurano, nell’effettuazione di contatti *outbound*, il rispetto delle disposizioni di cui all’art. 4 della presente direttiva.
2. Nel caso di contatti a scopo di proposta contrattuale – sia *inbound* che *outbound* - gli operatori e i *call center* assicurano, nella gestione del contatto con l’utente e in tutta la fase precontrattuale:



- a. il rispetto delle norme previste dal codice delle comunicazioni elettroniche, in particolare dall'art. 98-*quater decies*;
- b. il rispetto dell'obbligo di iscrizione al Registro degli operatori di comunicazione da parte dei *call center* ai sensi di quanto disposto dall'allegato A alla delibera n. 666/08/CONS come da ultimo modificato dalla delibera n.270/23/CONS, recante "*Regolamento per l'organizzazione e la tenuta del Registro degli operatori di comunicazione*";

### **Articolo 11**

#### **(Trasparenza e pubblicazione delle informazioni sui servizi di assistenza ai clienti)**

1. Gli Operatori assicurano che sulla *home page* del proprio sito *web* sia presente un collegamento ipertestuale alla pagina dedicata alla pubblicazione di tutte le informazioni utili all'utente per conoscere, accedere ed utilizzare i vari canali di assistenza che l'Operatore rende disponibili e la loro qualità. In tale pagina è disponibile l'elenco aggiornato di tutte le forme di assistenza offerte, suddiviso in canali telefonici e canali digitali.
2. La sezione della pagina di cui al comma 1 dedicata ai servizi di assistenza telefonica contiene almeno le seguenti informazioni:
  - a) numero di telefono del relativo *call center*,
  - b) orari di disponibilità del servizio,
  - c) tipologia di clienti o utenti a cui è riservato,
  - d) eventuali restrizioni nell'accesso al servizio,
  - e) chiara indicazione della gratuità del servizio,
  - f) principali o peculiari tipi di assistenza forniti, per categorie di utilizzatori,
  - g) chiara indicazione del diritto dell'utente a identificare univocamente la chiamata effettuata, tramite il rilascio obbligatorio del codice dell'addetto o della chiamata,
  - h) eventuali modalità specifiche di presentazione e tracciabilità del reclamo inoltrato attraverso il canale di assistenza telefonica in esame,
  - i) link alla pagina dedicata alla pubblicazione degli obiettivi di qualità dello specifico servizio di assistenza e dei risultati delle misurazioni conseguiti.
3. Per la sezione della pagina di cui al comma 1 dedicata ai servizi di contatto digitale si raccomandano almeno le seguenti informazioni per ciascun servizio offerto:
  - a) nome del servizio/applicazione,
  - b) eventuali note sulla diretta accessibilità del servizio o chiara indicazione che l'applicazione richiede una preventiva procedura di installazione/attivazione,
  - c) eventuali fasce di indisponibilità del servizio,
  - d) tipologia di clienti o utenti a cui è riservato,
  - e) eventuali restrizioni nell'accesso al servizio,

- f) chiara indicazione della gratuità del servizio,
  - g) principali o peculiari tipi di assistenza forniti, per categorie di utilizzatori,
  - h) caratteristiche di interattività del servizio, con descrizione del tipo di interazione disponibile,
  - i) indirizzo, con collegamento ipertestuale, del punto di accesso al servizio di contatto in esame o della pagina dalla quale si può procedere all'installazione dell'applicazione,
  - j) chiara indicazione del diritto dell'utente a identificare univocamente il contatto intercorso, tramite il rilascio obbligatorio di relativo codice,
  - k) limitatamente a quei servizi di contatto che lo prevedono, chiara descrizione della procedura con cui l'utente ha facoltà di richiedere ed ottenere copia trascritta del contatto intercorso,
  - l) limitatamente alle app, chiara informativa su tutte le autorizzazioni e i privilegi di accesso richiesti, strettamente necessari per l'utilizzo delle app ai soli fini di assistenza,
  - m) eventuali modalità specifiche di presentazione e tracciabilità del reclamo inoltrato attraverso il canale di contatto digitale in esame,
  - n) link alla pagina dedicata alla pubblicazione degli obiettivi di qualità dello specifico servizio di assistenza e dei risultati delle misurazioni conseguiti.
4. 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, specificando, per ogni modalità, il termine per la definizione del reclamo, le relative procedure di inoltro e le informazioni esaustive sul diritto dell'utente a disporre del codice identificativo del reclamo ai fini della sua tracciabilità.

## **Articolo 12 (Sanzioni)**

1. La violazione delle disposizioni della presente direttiva è sanzionabile nei confronti dei fornitori di servizi di comunicazione elettronica ai sensi dell'articolo 30, comma 19, del Codice. Per i fornitori di servizi media audiovisivi si rinvia a quanto previsto dall'articolo unico comma 5 della delibera n. 74/24/CONS.

## **Indicatori di qualità delle chiamate ai servizi di assistenza clienti**

### **1. Tempo medio di risposta dell'operatore**

#### **Indicatore obbligatorio**

##### **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.

##### **Metodo di misurazione**

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. Valgono inoltre le seguenti prescrizioni:

- la misurazione è effettuata includendo la somma di tutti i tempi di ascolto dei messaggi precedenti l'indicazione del codice dell'opzione, ovvero nell'ottica di un utente non informato del contenuto e della struttura dell'IVR;
- dal computo è escluso il messaggio che avvisa il cliente della gratuità del servizio;
- dal computo possono essere esclusi eventuali messaggi straordinari, riferiti ad avvisi per disservizi generalizzati, scioperi, indisponibilità di sistemi, che l'Operatore dovesse inserire per periodi di tempo limitati;
- dalla misura è escluso l'eventuale singolo messaggio preregistrato che comunica al cliente l'identificativo dell'operatore immediatamente prima del collegamento.

Nel caso in cui per rispondere alla chiamata non sia utilizzato un IVR, per ciascun utente che sia stato messo in comunicazione con un operatore, deve essere considerato il tempo che questo ha atteso da quando il numero del servizio clienti ha iniziato a squillare a quando l'addetto ha risposto alla chiamata.

La misura è censuaria, considerando tutte le chiamate che hanno ricevuto risposta da parte di un operatore arrivate al servizio di assistenza nel periodo di riferimento.

##### **Unità di misura:**

Secondi.

### **2. Tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi**

#### **Indicatore obbligatorio**

##### **Definizione**

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.

##### **Metodo di misurazione**

Misura censuaria calcolata dividendo il numero di chiamate a cui gli addetti hanno risposto entro 20 secondi, per il numero totale di chiamate ricevute dal servizio clienti che devono avere risposta da parte di un operatore.

Nel caso in cui sia utilizzato un IVR, valgono le seguenti prescrizioni:

- devono essere considerate solo le chiamate in cui all'interno dell'IVR sia stata scelta un'opzione con cui l'utente richiede di essere messo in comunicazione con un operatore;
- tutti i tempi di navigazione all'interno dell'IVR, dalla sua risposta fino alla selezione da parte dell'utente dell'opzione con cui richiede di essere messo in comunicazione con un operatore, devono essere esclusi;
- dalla misura è escluso l'eventuale singolo messaggio preregistrato che comunica al cliente l'identificativo dell'operatore immediatamente prima del collegamento.

Nel caso in cui per rispondere alla chiamata non sia utilizzato un IVR, deve essere considerato il tempo che l'utente ha atteso da quando il numero del servizio clienti ha iniziato a squillare.

#### **Unità di misura:**

Percentuale, con due cifre decimali.

### **3. Indice di soddisfazione del cliente nel caso di servizio di assistenza telefonico**

#### **Indicatore facoltativo**

##### **Definizione**

Complesso di parametri numerici, rilevati con tecnica MOS (*Mean Opinion Score*), indicativi del grado di soddisfazione del cliente per l'assistenza resa nel corso del contatto telefonico con l'addetto. La rilevazione si basa su quattro domande, poste al cliente automaticamente dalla piattaforma del call center, in cui si chiede di esprimere un giudizio, attraverso un voto da 1 a 5, su:

- a) chiarezza dell'interlocutore;
- b) cortesia dell'interlocutore;
- c) quanto soddisfacente sia stata l'assistenza resa;
- d) quanto veloce sia stato entrare in conversazione con l'operatore.

Ulteriore parametro richiesto è la percentuale delle adesioni al sondaggio, rispetto al numero di chiamate servite.

#### **Metodo di misurazione:**

**Misura 1** (tasso di adesioni al sondaggio): rapporto percentuale tra il numero di adesioni al sondaggio e il numero di chiamate al call center a cui è stata fornita risposta da parte dell'operatore.

Per il calcolo di tale rapporto si prendono in considerazione solo le adesioni al sondaggio nel corso delle quali sono state fornite risposte complete alle domande poste.

**Misura 2** (indice di valutazione della chiarezza del contatto): media aritmetica dei voti forniti alla domanda a).

**Misura 3** (indice di valutazione della cortesia dell'operatore): media aritmetica dei voti forniti alla domanda b).

**Misura 4** (indice di valutazione della qualità dell'assistenza resa): media aritmetica dei voti forniti alla domanda c).

**Misura 5** (indice di percezione della velocità del contatto): media aritmetica dei voti forniti alla domanda d).

Le misure sono censuarie e prendono quindi in considerazione tutte le chiamate arrivate al servizio di assistenza nel periodo di rilevazione.

**Unità di misura:**

Per la misura 1: percentuale, con una cifra decimale

Per le misure 2, 3, 4, 5: voto compreso nel *range* 1 – 5, espresso con una cifra intera e due cifre decimali

**Disposizioni comuni**

**Servizi a cui si applicano gli indicatori:**

Tutti i call center che forniscono servizi di assistenza ai clienti sui servizi di comunicazione elettronica.

Quando una società di servizi di comunicazione elettronica affida il servizio di contatto telefonico a terzi, mantiene comunque la responsabilità di fornitura dei dati sulla qualità, ma può affidare la misurazione al soggetto incaricato del servizio, il quale dovrà fare misure separate per ciascuna società con cui ha contratti.

**Periodi di rilevazione dei dati:**

1 gennaio - 31 dicembre – annuale

**Rapporti:**

Separati per ciascun numero di assistenza.

**Date d'invio dei rapporti all'Autorità:**

Annuale: periodo 1 gennaio - 31 dicembre, entro 6 mesi (30 giugno dell'anno successivo).

## Indicatori di qualità dei canali di assistenza digitali (*eCare*)

### Indicatore facoltativo

#### 1. Indice di soddisfazione del cliente

##### Definizione:

Complesso di parametri numerici, rilevati con tecnica MOS (*Mean Opinion Score*), indicativi del grado di soddisfazione del cliente per l'assistenza resa nel corso del contatto digitale con il fornitore del servizio. La rilevazione si basa su quattro domande, poste al cliente automaticamente dalla piattaforma digitale al termine della sessione, in cui si chiede di esprimere un giudizio, attraverso un voto da 1 a 5, su:

- a) chiarezza delle risposte date;
- b) cortesia del fornitore del servizio;
- c) quanto soddisfacente sia stata l'assistenza resa;
- d) quanto veloce sia stato entrare in contatto effettivo con il fornitore del servizio.

Ulteriore parametro richiesto è la percentuale delle adesioni al sondaggio, rispetto al numero di contatti digitali in esito ai quali è stata richiesta l'opinione dell'utente.

##### Metodo di misurazione:

**Misura 1** (tasso di adesioni al sondaggio): rapporto percentuale tra il numero di adesioni al sondaggio e il numero di contatti digitali in esito ai quali è stata richiesta l'opinione dell'utente.

Per il calcolo di tale rapporto si prendono in considerazione solo le adesioni al sondaggio nel corso delle quali sono state fornite con risposte complete alle domande poste.

**Misura 2** (indice di valutazione della chiarezza del contatto): media aritmetica dei voti forniti alla domanda a).

**Misura 3** (indice di valutazione della cortesia del fornitore del servizio): media aritmetica dei voti forniti alla domanda b).

**Misura 4** (indice di valutazione della qualità dell'assistenza resa): media aritmetica dei voti forniti alla domanda c).

**Misura 5** (indice di percezione della velocità del contatto): media aritmetica dei voti forniti alla domanda d).

Le misure sono censuarie e prendono quindi in considerazione tutti i contatti digitali registratisi nel periodo di rilevazione.

##### Unità di misura:

Per la misura 1: percentuale, con una cifra decimale

Per le misure 2, 3, 4, 5: voto compreso nel *range* 1 – 5, espresso con una cifra intera e una cifra decimale

### Disposizioni comuni

#### Servizi a cui si applicano gli indicatori:

Per ogni singola tipologia di contatto digitale messa a disposizione dai fornitori di servizi di comunicazione elettronica, ad eccezione di canali *social* pubblici.

Quando una società di servizi di comunicazione elettronica affida il servizio di contatto digitale a terzi, mantiene comunque la responsabilità di fornitura dei dati sulla qualità, ma può affidare la misurazione al soggetto incaricato del servizio, il quale dovrà fare misure separate per ciascuna società con cui ha contratti.

**Periodi di rilevazione dei dati:**

1 gennaio - 31 dicembre – annuale

**Rapporti:**

Separati per ciascun tipo di contatto digitale.

**Date d'invio dei rapporti all'Autorità:**

Annuale: periodo 1 gennaio - 31 dicembre, entro 6 mesi (30 giugno dell'anno successivo).

## Indicatori di qualità relativi ai reclami

### Indicatore obbligatorio

#### 4. Tempo di risoluzione dei reclami

##### Definizione

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.

##### Metodo di misurazione

Sono definite tre misure:

- a) tempo entro il quale l'80% dei reclami viene risolto;
- b) tempo entro il quale il 90% dei reclami viene risolto;
- c) percentuale di reclami risolti entro i termini previsti.

Nel caso in cui la comunicazione scritta dell'esito del reclamo presentato viene inviata al cliente mediante comunicazioni tradizionali (raccomandata a/r), si considera come istante di termine quello in cui la causa del reclamo è stata risolta, non considerando il tempo di invio della comunicazione.

Le misure sono censuarie, considerando tutti i reclami ricevuti dall'operatore attraverso tutti i suoi canali di assistenza e che non siano stati respinti.

##### Unità di misura:

Per le misure a) e b): ore;  
per la misura c): valore percentuale.

##### Servizi a cui si applicano gli indicatori:

Tutti i servizi di fornitura di comunicazioni elettroniche, e media agli utenti finali.

##### Periodi di rilevazione dei dati:

1 gennaio - 31 dicembre – annuale

##### Rapporti:

Separati per ciascun canale utilizzato per inviare il reclamo da parte dell'utente.

##### Date d'invio dei rapporti all'Autorità:

Annuale: periodo 1 gennaio - 31 dicembre, entro 6 mesi (30 giugno dell'anno successivo).

**Modello elettronico di cui all'art. 8, comma 1, lett. c) per i resoconti relativi alla qualità dei servizi di assistenza telefonici<sup>2</sup>**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| OPERATORE                           |  |
| CALL CENTER <sup>3</sup> :          |  |
| PERIODO DI RIFERIMENTO <sup>4</sup> |  |

| Denominazione indicatore                            | Tipo di misura  | Unità di misura | Valore rilevato |
|---|---|-----------------|-----------------|
| Tempo medio di risposta dell'operatore              | Intervallo di tempo   | secondi         |                 |
| Tasso di chiamate verso operatore servite entro 20" | Percentuale   | %               |                 |
| Indice di soddisfazione del cliente (facoltativo)   | Misura 1<br>(tasso di adesioni al sondaggio)                                  | %               |                 |
|   | Misura 2<br>(indice di valutazione della chiarezza del contatto)              | MOS             |                 |
|   | Misura 3<br>(indice di valutazione della cortesia del fornitore del servizio) | MOS             |                 |
|   | Misura 4<br>(indice di valutazione della qualità dell'assistenza resa)        | MOS             |                 |
|   | Misura 5<br>(indice di percezione della velocità del contatto)                | MOS             |                 |

<sup>2</sup> Modello da produrre singolarmente per ogni *call center* dell'Operatore.

<sup>3</sup> Indicare almeno il numero telefonico del *call center* in esame.

<sup>4</sup> Indicare l'annualità (ad esempio: Anno 2024).



**Modello elettronico di cui all'art. 8, comma 1, lett. c) per i resoconti relativi alla qualità dei servizi di assistenza digitali<sup>5</sup>**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| OPERATORE                           |  |
| SERVIZIO DIGITALE <sup>6</sup> :    |  |
| PERIODO DI RIFERIMENTO <sup>7</sup> |  |

| Denominazione indicatore                          | Tipo di misura  | Unità di misura | Valore rilevato |
|---|---|-----------------|-----------------|
| Indice di soddisfazione del cliente (facoltativo) | Misura 1<br>(tasso di adesioni al sondaggio)                                  | %               |                 |
|   | Misura 2<br>(indice di valutazione della chiarezza del contatto)              | MOS             |                 |
|   | Misura 3<br>(indice di valutazione della cortesia del fornitore del servizio) | MOS             |                 |
|   | Misura 4<br>(indice di valutazione della qualità dell'assistenza resa)        | MOS             |                 |
|   | Misura 5<br>(indice di percezione della velocità del contatto)                | MOS             |                 |

<sup>5</sup> Modello da produrre singolarmente per ogni forma di assistenza digitale offerta dall'Operatore.

<sup>6</sup> Indicare almeno il nome del servizio di assistenza digitale in esame.

<sup>7</sup> Indicare l'annualità (ad esempio: Anno 2024).



**Modello elettronico di cui all'art. 8, comma 1, lett. c) per i resoconti relativi ai reclami<sup>8</sup>**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| OPERATORE                           |  |
| PERIODO DI RIFERIMENTO <sup>9</sup> |  |

| Denominazione indicatore         | Tipo di misura  | Unità di misura | Valore rilevato |
|----------------------------------|---|-----------------|-----------------|
| Tempo di risoluzione dei reclami | Tempo entro il quale l'80% dei reclami viene risolto    | Ore             |                 |
|                                  | Tempo entro il quale il 90% dei reclami viene risolto   | Ore             |                 |
|                                  | Percentuale di reclami risolti entro i termini previsti | %               |                 |

<sup>8</sup> Modello da produrre singolarmente per ogni forma di assistenza offerta dall'Operatore.

<sup>9</sup> Indicare l'annualità (ad esempio: Anno 2024).

**Tracciabilità del reclamo.**

1. Trascrizione del reclamo registrato dall'operatore.

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.

2. Resoconto sullo stato di avanzamento della lavorazione del reclamo.

Il resoconto deve contenere almeno tali informazioni:

- data di presentazione del reclamo;
- codice identificativo;
- motivo e breve descrizione del reclamo;
- data di rilascio della nota;
- descrizione e motivazione delle eventuali misure adottate, alla data, in merito al reclamo.

3. Resoconto di esito del reclamo.

La nota indicante gli esiti del reclamo deve contenere almeno queste informazioni:

- data di presentazione del reclamo;
- codice identificativo;
- motivo e breve descrizione del reclamo;
- data di definizione del reclamo;
- data di rilascio della nota di esito;
- descrizione chiara e comprensiva delle motivazioni per le quali il reclamo è stato accolto o respinto, in particolare:
  - in caso di accoglimento, sono indicati i provvedimenti o le misure soddisfattive per rimuovere le irregolarità riscontrate e per il ristoro dei pregiudizi arrecati;
  - in caso di rigetto, la decisione è adeguatamente motivata e sono indicati gli accertamenti compiuti.