

Allegato B alla Delibera n. 375/19/CONS**Documento per la consultazione pubblica in materia di "Revisione della disciplina dei servizi di contatto tramite operatore nel settore delle comunicazioni elettroniche"****1. Definizione e delimitazione del servizio di contatto sottoposto a riforma**

Servizio di contatto (*customer contact*), genericamente definito “servizio adibito a fornire almeno le informazioni “obbligatorie” (ex Codice – obblighi di informazione applicabili ai contratti), che consente agli utenti di servizi di comunicazione elettronica o di risorsa correlata di accedere all’assistenza del fornitore, adeguato alle esigenze degli utenti secondo le disposizioni della normativa applicabile. Al servizio di contatto è possibile, tra l’altro, segnalare disservizi, ottenere risposte a quesiti legati ai servizi forniti, ai prezzi ed alla fatturazione degli stessi ed alle procedure di reclamo e gestire il proprio contratto.”

Q1 Si condivide la definizione del servizio di contatto quale recapito del fornitore in coerenza con quanto previsto dalla normativa in materia di contratti nel settore delle comunicazioni elettroniche?

Q2 Si ritiene che vadano ricompresi nel servizio di contatto tutte le informazioni da fornire conformemente all’art. 71 e Allegato 5 del Codice o che sia opportuno limitare il servizio di contatto regolamentato alla sola assistenza tecnica e amministrativa sui servizi e quale primo contatto per la presentazione di reclami?

2. Soggetti e responsabilità degli operatori nella fornitura di servizi di contatto

Alla luce dell’evoluzione del quadro normativo (cfr Regolamento (UE) n. 2015/2120 e Direttiva (UE) n. 2018/1972) e dell’evoluzione del mercato di servizi agli utenti finali (offerte singole e offerte convergenti dual e triple play) sono obbligati alla fornitura del servizio di contatto:

- gli operatori che forniscono servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico;
- gli operatori che forniscono servizi di accesso ad Internet e servizi di comunicazione interpersonale accessibili al pubblico.

In particolare, su tali operatori ricade l’obbligo di fornitura dei servizi di contatto relativamente ai seguenti servizi offerti attraverso reti aperte al pubblico:

- Servizi telefonici accessibili al pubblico su rete fissa (*landline*);
- Servizi di accesso a Internet a banda larga e ultra larga;
- Servizi di comunicazione mobile e personale;
- Servizi di Pay TV forniti attraverso reti di comunicazioni elettroniche accessibili al pubblico.

Q3 Si condivide la posizione dell’Autorità sugli operatori soggetti agli obblighi e la segmentazione ed estensione (in particolare la Pay TV) dei servizi offerti da tali operatori? Si forniscano motivazioni della risposta.

Q4 Data l’evoluzione del mercato verso offerte pluriservizio (fisso-mobile-TV), l’eventuale utilizzo di un unico centro di contatto (numero) quali effetti avrebbe in termini di qualità del servizio?

3. Canali utilizzati per il servizio di contatto

I servizi di contatto possono essere offerti attraverso una molteplicità di canali: telefonico; *webchat*; e.mail; servizio di corrispondenza (postale); app mobili. Gli operatori sono liberi di sviluppare i servizi di vendita e assistenza clienti utilizzando le nuove tecnologie digitali.

Si ritiene, tuttavia, che per le finalità della regolamentazione – ovvero tutelare il consumatore nell’interazione con l’operatore e l’efficacia della relazione attraverso il servizio di contatto - gli standard minimi di qualità possano essere applicati ai soli servizi di contatto c.d. “umani” per cui è possibile identificare l’agente (operatore) a cui si rivolge il consumatore per la richiesta o reclamo sul proprio servizio mobile, fisso, a banda larga, PayTV. Rientrano in questa fattispecie il canale telefonico (tramite linea telefonica e IVR); la *web-chat*, l’e-mail, la posta. Al fine dell’identificazione e misurazione di standard qualitativi il contatto (richiesta) va infatti “identificato” e “registrato”. Si fa presente, tra l’altro, che tale meccanismo è già utilizzato per servizi di assistenza (c.d. servizi accessori) forniti dagli operatori di rete SMP ai propri clienti *wholesale*. Si ritiene pertanto utile, non solo al fine della valutazione delle condizioni di *equivalence*, introdurre indicatori (KPO, KPI) e livelli di qualità (SLA) che consentano da un lato di monitorare la qualità dei servizi retail, dall’altro la relazione con la qualità dei servizi *wholesale* corrispondenti.

Q5 Si ritiene che tutti i canali (telefonico; *web-chat*; e-mail; posta) vadano ricompresi quali forme di contatto obbligate o che alcuni (es. posta tradizionale) possano essere esclusi? Si forniscano informazioni e dati per corroborare la risposta.

Q6 Si ritiene utile predisporre indicatori di qualità per i servizi di contatto retail destinati all’assistenza tecnica e amministrativa nella fornitura di servizi di accesso, tenendo conto di quanto avviene nell’organizzazione e gestione dei servizi di contatto *wholesale* per le richieste di servizi di rete (*provisiong* e *assurance*)?

4. Standard e obiettivi di qualità del servizio di contatto

Da un punto di vista operativo i livelli di qualità sui servizi di contatto hanno due finalità principali:

- garantire il contatto e un’efficace gestione dell’interazione tra operatore e utente;
- consentire di raggiungere l’obiettivo per cui sono realizzati, ovvero soddisfare o esaudire le richieste del consumatore.

Nel primo caso i livelli di qualità riguardano il servizio di contatto (tempo di attesa; tasso di abbandono; reclami risolti con il primo contatto); nel secondo caso il contatto rappresenta lo strumento per monitorare (a partire dalla richiesta) i livelli di qualità del servizio richiesto raggiunti dagli operatori (es. giorni per l’attivazione del servizio; giorni per la diagnosi o il miglioramento delle prestazioni di accesso; giorni per interventi di sviluppo o per riparazione guasti).

L’Autorità ritiene di confermare, anche se semplificandoli ed uniformandoli per servizi di contatto la definizione degli indicatori di qualità di cui all’Allegato A della delibera 79/09/CSP.

La definizione di Indicatori di qualità relativi ai servizi di assistenza in caso di richieste riguardanti l’attivazione, la manutenzione e il ripristino della connettività (c.d. servizi di *provisioning* e *assurance*) hanno, oltre alla finalità di verificare il funzionamento del servizio di contatto, quella di monitorare le prestazioni degli operatori nelle attività di vendita agli utenti finali anche in rapporto agli indicatori di approvvigionamento dei servizi nei mercati all’ingrosso.

Q7 Si condivide l’individuazione di tre Indicatori chiave (Tempo di attesa; tasso di abbandono; tasso di evasione della richiesta o risoluzione del reclamo al primo contatto) per misurare la qualità dei servizi di contatto?

Q8 La definizione di Indicatori di qualità retail per la rilevazione dei servizi sottoposti ad *equivalence* può, secondo voi, contribuire a migliorare la qualità dei servizi di assistenza agli utenti?

Q9 Ritenete rilevante ai fini della garanzia dei diritti degli utenti imporre misure di tutela e relativi obblighi di informazione attraverso servizio di contatto con riguardo a:

- indennizzi e rimborsi relativi ad un riferimento esplicito al diritto degli utenti (indicatore di qualità standard) applicabili qualora non sia raggiunto il livello di qualità del servizio previsto dal contratto?
- informazioni dettagliate su prodotti e servizi destinati ad utenti con disabilità e indennizzi o rimborsi qualora non sia raggiunto il livello di qualità dei prodotti e servizi funzionali a garantire l’accessibilità?

5. Attività di vigilanza e programma di lavoro per migliorare la qualità del servizio

Per far sì che gli Indicatori di qualità del servizio di contatto perseguano gli obiettivi della regolamentazione (ovvero garantire efficace ed efficiente interazione) è rilevante spingere gli operatori ad utilizzare la qualità di tale servizio come leva concorrenziale, considerando l’importanza crescente per gli utenti di un efficace servizio di assistenza sui prodotti e servizi contrattualizzati.

La pubblicazione dei livelli di qualità raggiunti dai singoli operatori rappresenta uno strumento efficace per garantire una corretta e trasparente informazione agli utenti sulla qualità del servizio di contatto offerto. Tale strumento si è dimostrato molto efficace nei Paesi in cui le ANR lo hanno implementato.

Q10 Si ritiene che obblighi di pubblicazione delle performance raggiunte dagli operatori possano contribuire alla trasparenza e al confronto concorrenziale e per questa via al miglioramento della qualità del servizio di contatto e assistenza?

6. Costi del servizio di contatto a carico del chiamante

Attualmente il servizio di contatto è gratuito per l’utente chiamante. Al tempo stesso gli utenti italiani lamentano l’inefficacia o la cattiva organizzazione dello strumento nonché difficoltà a implementare le procedure di interazione proposte dagli operatori. Considerando che spesso l’utente chiama il

servizio di assistenza per la risoluzione di un guasto che implica l'interruzione del servizio ma non della fatturazione (prevalentemente flat) o la presentazione di un reclamo, il ritardo nell'assistenza può determinare un aggravio ingiustificato delle spese sostenute. Un efficace funzionamento del servizio in termini di evasione della richiesta può avere pertanto un certo valore nell'attivazione del contatto. D'altra parte, la libertà di prezzo da parte degli operatori potrebbe incoraggiare questi ultimi a comportamenti opportunistici tramite, ad esempio, l'applicazione di prezzi elevati a copertura dei costi di organizzazione del servizio di contatto.

Occorre anche evidenziare che negli ultimi anni in molti dei Paesi UE l'obbligo (normativo, ndr) di gratuità dei servizi telefonici di contatto è stato sostituito da misure regolamentari che riflettessero da un lato i principi di obiettività, non discriminazione e trasparenza in materia di numerazione, dall'altro i principi di efficacia ed efficienza nelle misure di tutela dei diritti degli utenti delle comunicazioni elettroniche.

L'applicazione di tali principi ha portato diversi Paesi ad adottare alcuni vincoli alla discrezionalità nella determinazione del costo del servizio da parte degli operatori. Vincoli che in alcuni casi hanno previsto la definizione di un costo massimo del servizio (non superiore al costo di una chiamata a numerazione geografica fissa o mobile), in altri casi la mancata imputazione di costi non efficaci (es. tempi di attesa) o di azzeramento in caso di non raggiungimento della finalità di assistenza (separazione dal servizio di contatto con finalità commerciali).

L'esperienza di tali Paesi mostra, inoltre, che la regolazione della qualità e la pubblicazione delle performance raggiunte spinge alcuni operatori a scegliere l'opzione gratuita a prescindere dall'intervento della regolamentazione.

Q11 Quanto ritenete importante il fattore prezzo nella decisione (in qualità di utenti) di contattare il vostro operatore per chiedere informazioni o assistenza?

Q12 Ritenete che per migliorare la qualità del servizio di assistenza cliente, il servizio di contatto riservato all'assistenza e manutenzione dei prodotti/servizi contrattualizzati e alla gestione del contratto debba essere separato dal contatto per la richiesta di informazioni commerciali? Ritenete inoltre che, anche per le finalità commerciali, il servizio di contatto riservato ai propri clienti (chiamate inbound) dovrebbe essere separato da quello rivolto alla generalità degli utenti?

Q13 Ritenete rilevante definire vincoli che limitino la discrezionalità degli operatori nella determinazione dei contributi per i servizi di contatto? Se sì in che misura tali vincoli possono essere correlati alla misura dell'indicatore di qualità e di efficacia del servizio rispetto alle ragioni del contatto (informazione, assistenza, reclamo)? Anche alla luce delle esperienze internazionali o di altri settori di pubblica utilità si forniscano osservazioni e informazioni sui vincoli e sulle misure adottabili.

Q14 Alcune categorie, quali per esempio quelle sottoposte a particolari tutele socio-economiche (servizio universale, categorie protette), dovrebbero usufruire gratis del servizio di contatto? Se sì solo per finalità di assistenza o per tutti gli obblighi informativi?