

DELIBERA 255/24/CONS

**ADOZIONE DELLA DISCIPLINA E DEGLI INDICATORI DI QUALITÀ DEL SERVIZIO
DI ASSISTENZA CLIENTI NEL SETTORE DELLE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE
E DEI SERVIZI MEDIA AUDIOVISIVI**

NELLA riunione di Consiglio del 10 luglio 2024;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante “*Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità*” e, in particolare, l'art. 2, comma 12, lett. h);

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante “*Istituzione dell’Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle comunicazioni e radiotelevisivo*” e, in particolare, l’articolo 1, comma 6, lett. b), n. 2, secondo cui 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;

VISTO il decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196, recante “*Codice in materia di protezione dei dati personali*” ed i successivi provvedimenti attuativi in materia;

VISTO il decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 e s.m.i., recante “*Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229*”;

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259 recante “*Codice delle comunicazioni elettroniche*”, come modificato, da ultimo, dal decreto legislativo 24 marzo 2024, n. 48, recante “*Disposizioni correttive al decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 207, di attuazione della direttiva (UE) 2018/1972 del Parlamento europeo e del Consiglio dell'11 dicembre 2018, che modifica il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante il codice delle comunicazioni elettroniche*”;

VISTO il decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante “*Attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 novembre 2018, recante modifica della direttiva 2010/13/UE, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri, concernente il testo unico per la fornitura di servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato*”, come modificato dal decreto legislativo 25 marzo 2024, n. 50, recante “*Disposizioni integrative e correttive del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208, recante il testo unico dei servizi di media audiovisivi in considerazione dell’evoluzione delle realtà del mercato, in attuazione della direttiva (UE) 2018/1808 di modifica della direttiva 2010/13/UE*”;

VISTO il Regolamento (UE) n. 2015/2120 del 25 novembre 2015, del Parlamento europeo e del Consiglio che stabilisce misure riguardanti l’accesso a un’Internet aperta e che modifica la direttiva n. 2002/22/CE relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica e il Regolamento (UE) n. 2012/531 relativo al *roaming* sulle reti pubbliche di comunicazioni mobili all’interno dell’Unione;

VISTE le Linee Guida del BEREC, BoR (20) 53, del 6 marzo 2020, che dettagliano i parametri da utilizzare per la misurazione della qualità dei servizi;

VISTA la norma ETSI ES 202 057-1 V2.1.1 del gennaio 2013 concernente “*Speech Processing, Transmission and Quality Aspects (STQ); User related QoS parameter definitions and measurements; Part 1: General*”;

VISTA la delibera n. 179/03/CSP del 24 luglio 2003, recante “*Approvazione della direttiva generale in materia di qualità e carte dei servizi di telecomunicazioni ai sensi dell’art. 1, comma 6, lettera b), numero 2, della Legge 31 luglio 1997, n. 249*”;

VISTA la delibera n. 79/09/CSP del 14 maggio 2009, recante “*Direttiva in materia di qualità dei servizi telefonici di contatto (call center) nel settore delle comunicazioni elettroniche*”;

VISTA la delibera n. 55/14/CIR del 7 maggio 2014, recante “*Integrazione al Piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa, di cui alla delibera n. 52/12/CIR – definizione di comunicazione telefonica a tariffa di base*”;

VISTA la delibera n. 8/15/CIR del 13 gennaio 2015, recante “*Adozione del nuovo piano di numerazione nel settore delle telecomunicazioni e disciplina attuativa, che modifica ed integra il piano di numerazione di cui alla delibera n. 52/12/CIR*”, il cui allegato A contiene il “*Piano Nazionale di Numerazione (PNN)*”, che contiene integrate anche le disposizioni della delibera n. 55/14/CIR;

VISTA la delibera n. 157/18/CIR del 26 settembre 2018, recante “*Modifica del piano di numerazione di cui alla delibera n. 8/15/CIR in attuazione della legge annuale per il mercato e la concorrenza n. 124/2017*”;

VISTA la delibera n. 112/19/CIR, del 23 luglio 2019, recante la “*Diffida nei confronti degli operatori di comunicazione elettronica affinché rispettino le norme sulla verifica della correttezza del “CLP”*”;

VISTA la delibera n. 107/19/CONS del 5 aprile 2019, recante “*Adozione del Regolamento concernente le procedure di consultazione nei procedimenti di competenza dell’Autorità*”;

VISTA la delibera n. 375/19/CONS del 23 luglio 2019, recante “*Consultazione pubblica concernente la revisione della disciplina dei servizi di contatto tramite operatore nel settore delle comunicazioni elettroniche*” e gli esiti della consultazione;

VISTA la delibera n. 358/22/CONS, del 12 ottobre 2022, recante “*Modifica del quadro regolamentare in materia di procedure di risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche*” laddove modifica il regolamento sulle controversie tra utenti o operatori includendo tra questi anche i fornitori SMA;

VISTA la delibera n. 155/23/CONS, del 27 giugno 2023, recante “*Proroga dei termini del procedimento di cui alla delibera n. 436/22/CONS, 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”*”;

VISTA la delibera n. 197/23/CONS, del 26 luglio 2023, recante “*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 delibera n. 74/24/CONS, del 19 marzo 2024, recante “*Conclusione del procedimento per la definizione di parametri di regolarità del servizio e qualità delle immagini, che devono essere assicurati dai fornitori di servizi media audiovisivi, ai sensi dell’articolo 33, comma 4, del decreto legislativo 8 novembre 2021, n. 208*”;

CONSIDERATO quanto segue:



Premessa

1. Nell'ambito della regolamentazione sull'assistenza clienti, la delibera n. 79/09/CSP, del 14 maggio 2009, recante "*Direttiva in materia di qualità dei servizi telefonici di contatto (call center) nel settore delle comunicazioni elettroniche*", prevede una disciplina relativa ai *call center* degli operatori di telefonia (senza includere altre forme di assistenza e i servizi di PayTv);
2. Con la delibera n. 375/19/CONS, l'Autorità ha indetto una consultazione pubblica concernente la revisione della disciplina dei servizi di contatto tramite operatore nel settore delle comunicazioni elettroniche, a cui hanno aderito numerosi operatori, anche in forma associativa, ed Associazioni dei consumatori. Con tale consultazione pubblica, non su uno schema di provvedimento ma a carattere esplorativo, l'Autorità ha sottoposto ai soggetti interessati una serie di quesiti finalizzati ad aggiornare la disciplina vigente in materia di assistenza ai clienti risalente al 2009. Gli esiti sono riportati in **Allegato 3** al presente provvedimento.
3. L'Autorità ha ritenuto, comunque, che, per ragioni di opportunità, oltre che di economicità dell'azione amministrativa, l'intervento regolamentare in oggetto dovrebbe essere valutato a seguito del recepimento della direttiva 2018/1972 da parte del legislatore nazionale.
4. A seguito del recepimento del nuovo Codice l'Autorità, pertanto, ha ritenuto opportuno, anche alla luce del fatto che la regolamentazione inerente all'oggetto risale ormai al 2009 e del diffuso utilizzo di tecnologie digitali, riavviare le attività per una revisione del regolamento in materia di servizio assistenza clienti. La direttiva che si approva con la presente delibera aggiunge un ulteriore importante tassello, con riferimento alle attività di allineamento della regolamentazione al nuovo Codice, alle tutele per gli utenti in materia di qualità dei servizi e carta dei servizi, di cui ai procedimenti di recente approvati per la revisione dei parametri di qualità dei servizi di comunicazione elettronica su rete mobile e fissa.
5. Prima di procedere in relazione all'oggetto del provvedimento appare opportuno richiamare che l'Autorità, con **delibera n. 197/23/CONS**, ha approvato il *Codice di condotta* sulle relazioni contrattuali tra operatori e partner commerciali/*call center*.
Il Codice di condotta, si ispira ai principi generali e alle norme in materia di protezione dei dati dei clienti finali, al rispetto delle norme sui contratti e delle carte dei servizi dei clienti finali, al rispetto delle norme, da parte dei call center, sull'iscrizione al ROC, sulla richiamabilità da parte del cliente, e sul divieto di modificare il CLI della linea da cui origina la chiamata al cliente.

Le finalità e i contenuti del Codice di condotta citato possono sintetizzarsi come segue:

- I. stabilire regole chiare, applicabili ai soggetti iscritti al ROC che erogano attività di *call center*, per l'acquisizione, tramite questi soggetti, di contratti secondo modalità che siano rispettose della vigente normativa, richiamabilità e divieto di modifica del CLI;
- II. condividere le regole di ingaggio dei *call center* qualificati, ossia che abbiano determinati minimi requisiti di qualità, affidabilità professionale e rispettino la normativa lavoristica e di settore vigenti;
- III. favorire l'attuazione delle regole dell'Agcom in materia di erogazione dei servizi telefonici di contatto, prestati direttamente o indirettamente, al fine di garantire un



livello adeguato di qualità delle prestazioni rese, indipendentemente dal modello organizzativo o dalla tecnologia utilizzati;

- IV. definire misure, a cura di ciascun Committente, per effettuare il monitoraggio e il controllo sull'attività svolta dai soggetti a cui è appaltata/affidata l'attività di promozione/vendita, con specifici interventi sanzionatori, qualora necessari, in caso di inottemperanza a quanto stabilito nel Codice di condotta ed alla normativa vigente;
- V. implementare processi, da parte di ciascun Committente, di verifica della iscrizione al ROC dei soggetti che svolgono le attività di cui sopra ai sensi della normativa vigente;
- VI. regolare l'utilizzo della sub-contrattualizzazione per lo svolgimento dell'attività di promozione/vendita mediante contatto telefonico;
- VII. implementare misure volte ad assicurare la qualità dei servizi prestati dai soggetti che svolgono l'attività di promozione/vendita mediante la sottoscrizione di contratti con fornitori di tali servizi solo nel caso in cui tali attività siano prestate da imprese che operano nel rispetto delle normative di settore e in conformità ai seguenti obiettivi:
 - garantire agli utenti contattati scelte consapevoli;
 - garantire elevati livelli qualitativi delle attività di contatto, in termini di adeguata preparazione del personale preposto;
 - orientare tutte le comunicazioni effettuate nell'ambito delle attività di promozione e vendita alla massima cortesia, trasparenza e semplicità;
 - prevedere che il soggetto a cui l'attività di promozione o vendita è stata affidata/appaltata (o eventualmente subappaltata), vigili sul rispetto da parte dei propri dipendenti delle direttive impartite e delle procedure stabilite dal Committente.

Non rientrano nell'ambito di applicazione del Codice di condotta tutte le modalità di contatto sviluppate tramite canali diversi da quello telefonico vocale quale, ad esempio, il canale SMS.

Si ritiene che tale *Codice di condotta* costituisca un utile corollario delle previsioni oggetto del presente procedimento in quanto contribuisce a costituire una cornice di soggetti virtuosi che si vincoleranno a pratiche e condotte mirate a disincentivare il fenomeno del *teleselling* abusivo.

Il *Codice di condotta*, approvato con delibera n. 197/23/CONS, definisce, in esito ad un tavolo tecnico e in una logica di autoregolamentazione, una serie di misure, da recepire nei contratti tra operatori di comunicazioni elettroniche e partner commerciali che svolgono attività di *call center*, ispirate ai seguenti principi:

- trasparenza dei contratti con gli utenti finali conclusi telefonicamente;
- utilizzo corretto delle liste di numeri telefonici, come fornite dagli operatori;
- regolazione del sub-appalto delle attività dei *call center*;



- obbligo di richiamabilità del call center da parte del cliente;
- obbligo di iscrizione al ROC dei call center;
- divieto di modificare il Caller Line Identification della linea da cui origina la chiamata al cliente.

Allo stato hanno aderito al Codice di condotta 33 soggetti tra Operatori di comunicazioni elettroniche e *contact center*.

Il quadro normativo

6. 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);

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);

7. Il nuovo Codice delle comunicazioni elettroniche.



L'Art. 98-quater decies (Obblighi di informazione applicabili ai contratti) (ex art. 102 eecc; 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 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 eecc - 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 eecc - 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.”*
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.”

Il nuovo Codice dedica diversi passaggi alla tutela della categoria di utenti con disabilità.

L’art. 4, recante Obiettivi generali della disciplina di reti e servizi di comunicazione elettronica, prevede che 1. *L’Autorità e il Ministero, ciascuno nell’ambito delle proprie competenze perseguono tra gli obiettivi generali, quello di (comma 1):*

- a) *promuovere gli interessi dei cittadini, garantendo la connettività e l’ampia disponibilità e utilizzo delle reti ad altissima capacità, comprese le reti fisse, mobili e senza fili, e dei servizi di comunicazione elettronica, garantendo i massimi vantaggi in termini di scelta, prezzo e qualità sulla base di una concorrenza efficace, preservando la sicurezza delle reti e dei servizi, garantendo un livello di protezione degli utenti finali elevato e uniforme tramite la necessaria normativa settoriale e rispondendo alle esigenze, ad esempio in termini di prezzi accessibili, di gruppi sociali specifici, in particolare utenti finali con disabilità, utenti finali anziani o utenti finali con esigenze sociali particolari, nonché la scelta e l’accesso equivalente degli utenti finali con disabilità.*

In base al comma 2 la disciplina delle reti e servizi di comunicazione elettronica è volta altresì a:

garantire un livello di protezione degli utenti finali elevato e uniforme tramite la necessaria normativa settoriale e rispondere alle esigenze, ad esempio in termine di prezzi accessibili, di gruppi sociali specifici, in particolare utenti finali con disabilità, utenti finali anziani o utenti finali con esigenze sociali particolari e assicurare la scelta e l’accesso equivalente degli utenti finali con disabilità.

Avuto riguardo alle informazioni contrattuali (**art. 98 quater-decies**) prevede che *Le informazioni sono fornite in un formato accessibile per gli utenti finali con disabilità conformemente al diritto dell’Unione che armonizza i requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi.*

La sintesi contrattuale deve riportare *e) la misura in cui i prodotti e i servizi sono progettati per gli utenti finali con disabilità;*

Tra le informazioni contrattuali l’Allegato 8 riporta 5) *informazioni dettagliate su prodotti e servizi destinati a utenti finali con disabilità e su come possono essere ottenuti gli aggiornamenti di tali informazioni.*

Avuto riguardo alla trasparenza (**art. 98 quindices**) è previsto che le informazioni sui servizi siano pubblicate da tutti i fornitori in questione o dalla stessa Autorità, in forma chiara, esaustiva, idonea alla lettura automatica e *in un formato accessibile per i consumatori con disabilità*, conformemente al diritto dell’Unione che armonizza i requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi.

L’**Allegato 9** prevede l’obbligo di pubblicare informazioni dettagliate su prodotti e servizi, incluse le funzioni, prassi, strategie e procedure nonché le modifiche nel funzionamento del servizio, destinati specificamente agli utenti finali con disabilità in conformità del diritto dell’Unione che armonizza i requisiti di accessibilità dei prodotti e dei servizi.

In merito alla qualità dei servizi **l’art. 98 – sedecies** prevede 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 e sulle misure adottate per assicurare un accesso equivalente per i consumatori con disabilità.

L'Art. 98-vicies quater (Accesso e scelta equivalenti per i consumatori con disabilità) prevede che *l'Autorità specifica le prescrizioni che i fornitori di servizi di comunicazione elettronica accessibili al pubblico devono rispettare affinché' i consumatori con disabilità:*

- a) *abbiano un accesso ai servizi di comunicazione elettronica, incluse le relative informazioni contrattuali fornite a norma dell'articolo 98-quarter decies, equivalente a quello di tutti i consumatori;*
- b) *beneficino della gamma di imprese e servizi a disposizione della maggior parte dei consumatori.*

Nell'adottare le misure di cui al comma 1, l'Autorità favorisce la conformità con le pertinenti norme o specifiche stabilite in conformità dell'articolo 39.

Esiti della prima consultazione di cui alla delibera n. 375/19/CONS

8. Prima di riportare gli esiti, in sintesi, della consultazione pubblica in oggetto, si richiama il contenuto del documento sottoposto al mercato in materia di "*Revisione della disciplina dei servizi di contatto tramite operatore nel settore delle comunicazioni elettroniche*".

La prima parte del documento è dedicata alla Definizione e delimitazione del servizio di contatto sottoposto a riforma. Il Servizio di contatto (*customer contact*), è 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.*"

A tale proposito l'Autorità ha richiesto al mercato una opinione sulla definizione e se nel servizio vadano ricomprese tutte le informazioni da fornire conformemente all'art. 71 e Allegato 5 del Codice (vecchio testo, vt) 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.

Successivamente, nel documento di consultazione, viene affrontato il tema dell'ambito soggettivo e delle responsabilità degli operatori nella fornitura di servizi di contatto. Si propone, alla luce della evoluzione normativa, che siano obbligati alla fornitura del servizio di contatto:

- gli operatori che forniscono servizi telefonici fissi e mobili;
- gli operatori che forniscono servizi di accesso ad Internet.
- i soggetti che forniscono servizi di Pay TV forniti attraverso reti di comunicazioni elettroniche accessibili al pubblico.

Il terzo capitolo della consultazione è dedicato ai canali utilizzati per il servizio di contatto, quali quello telefonico; *webchat*; e-mail; servizio di corrispondenza (postale); app mobili. A tale proposito l'Autorità ha proposto 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 eventuali 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 tradizionale. Al fine dell’identificazione e misurazione di standard qualitativi il contatto (richiesta) va infatti “identificato” e “registrato”.

La sezione 4 è dedicata agli Standard e obiettivi di qualità del servizio di contatto. A tale riguardo l’Autorità aveva proposto 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.

Si proponeva, in particolare, 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.

Nel capitolo 5 l’Autorità riteneva che la pubblicazione dei livelli di qualità raggiunti dai singoli operatori rappresenti 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.

Il capitolo 6 è dedicato ai costi del servizio di contatto a carico del chiamante. L’Autorità evidenziava 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.

Principali osservazioni dei rispondenti alla consultazione pubblica

In via preliminare, tutti i partecipanti alla consultazione hanno accolto favorevolmente l’intervento dell’Autorità, così come strutturato, ritenendo d’importanza strategica le questioni poste in consultazione.

D’altro canto, le posizioni espresse dal mercato sono particolarmente diversificate e pongono questioni di ampio respiro.

In disparte i contributi delle associazioni dei consumatori, molti operatori hanno invitato l’Autorità a valutare l’opportunità di deregolamentare l’assistenza clienti, lasciandone i dettagli dell’offerta al libero mercato, altri operatori invece ritengono opportuna una normativa stringente e dettagliata sui servizi di contatto, ritenendo fondamentale la trasparenza dei risultati di qualità e la loro confrontabilità.

In questo quadro, per efficacia espositiva, di seguito si riportano solo i posizionamenti espressi dalle associazioni di categoria (Asstel, AIIP e Associazioni dei consumatori), lasciando all’allegata sintesi della consultazione pubblica i dettagli sui contributi dei singoli partecipanti:

- Asstel ha rappresentato i cambiamenti avvenuti sui mercati nel corso dell’ultimo decennio, soffermandosi sull’enorme potenzialità offerta dalla sempre più veloce digitalizzazione dei servizi e sottolineando l’esigenza di rendere il servizio clienti un elemento di leva competitiva. L’Associazione richiama anche gli impatti



occupazionali di una più adeguata regolamentazione dei servizi in oggetto, auspicando che una giusta regolamentazione possa fare da leva per la creazione di nuovi soggetti industriali in grado di gestire le relazioni con i clienti, anche con benefici in termini occupazionali. Asstel ritiene indispensabile il superamento del principio assoluto di gratuità del servizio di assistenza alla clientela ed utile il superamento dell'attuale impianto della rilevazione della qualità del servizio di assistenza ai clienti, considerato rigido e non efficace. L'Associazione ritiene che debbano comunque essere riconosciuti i principi necessari a garantire la tutela dei consumatori, che possono essere individuati in:

- chiarezza e trasparenza delle modalità per usufruire del servizio di contatto;
- chiarezza e correttezza delle informazioni rese all'utente;
- tracciabilità del reclamo mediante codice identificativo;
- efficienza delle procedure di gestione dei reclami in modo da poter dare informazioni complete e aggiornate ai clienti; semplicità e facilità di comprensione degli alberi dei sistemi di risposta automatici;
- accessibilità dei servizi anche per consumatori con disabilità.

Asstel ha dichiarato la propria disponibilità, anche per conto degli operatori, a collaborare nella trasposizione di tali principi nella nuova regolamentazione, auspicabilmente nell'ambito di un dialogo "interattivo" con l'Autorità.

- AIIP auspica che ogni eventuale nuovo intervento allinei la disciplina interna al dettato del nuovo Codice Europeo, di prossimo recepimento e alle ivi richiamate Linee Guida del BEREC di prossima adozione. Allo scopo, ha sottolineato la necessità di introdurre semplificazioni procedurali per gli operatori di piccole dimensioni, motivando la propria richiesta sulla base del fatto che, tipicamente, le piccole imprese gestiscono l'assistenza clienti al loro interno, tramite i propri dipendenti. Del pari, la pratica di ricorrere a complesse e non economiche piattaforme IVR, che spesso rendono difficile se non impossibile al cliente di un grande operatore di riuscire a parlare con una persona fisica, è del tutto estranea alle piccole imprese del settore. AIIP ha chiesto che l'Autorità, in applicazione del principio di proporzionalità, per l'auspicata differenziazione della regolamentazione, si avvalga della soglia di 50.000 linee di accesso / utenze del servizio di comunicazione interpersonale, già usata dal legislatore per rendere più proporzionati i diritti amministrativi annui per l'autorizzazione generale a carico delle piccole imprese del settore (v. All. 10 Codice delle comunicazioni, art. 1 comma 1, lettere a, b e c, n. 5).
- le Associazioni dei consumatori promuovono un principio preciso e inderogabile: l'assistenza clienti non può divenire uno strumento di leva concorrenziale, lasciato al libero arbitrio delle aziende, ma deve essere regolato nel senso di garantire a tutti gli utenti almeno una prima assistenza gratuita, efficace ed omogenea tra tutti gli operatori. Inoltre, le Associazioni dei consumatori, prendendo atto dei sostanziali cambiamenti che l'assistenza clienti ha subito negli ultimi anni in termini di digitalizzazione, sottolineano l'importanza di introdurre un principio chiaro di trasparenza e tracciabilità della gestione dei reclami formulati dagli utenti, che sia trasversale tra i canali utilizzati e univoco per tutte le aziende.

Tutti i partecipanti, ad esclusione di OMISSIS, concordano sulla necessità di equiparare i servizi di PayTV a tutti gli altri servizi di comunicazione elettronica, includendoli nell'eventuale futura regolamentazione.



Alla luce di quanto emerso in sede di consultazione pubblica, le questioni aperte e maggiormente significative per la futura disciplina sono quelle legate alla:

- gratuità del servizio di assistenza clienti;
- regolamentazione dei nuovi servizi di assistenza digitale;
- tracciabilità dei reclami formulati dagli utenti.

In ogni caso, tutti i comparti che hanno partecipato alla Consultazione pubblica, concordano sulla necessità di un adeguamento della normativa vigente che tenga nel dovuto conto l'evoluzione tecnologica intervenuta in questi anni e le opportunità che ne derivano, auspicando, a valle della consultazione pubblica, un intervento dell'Autorità che non si limiti ad un provvedimento definitivo di mero aggiornamento dell'attuale disciplina **ma che consenta a tutti gli attori del mercato un'ulteriore riflessione, più circostanziata e riferita ad un preciso articolato**, sui temi posti dall'attuale consultazione nonché un adeguamento significativo in termini di tecnologie prese in considerazione dalla futura regolamentazione.

LA DELIBERA N. 436/22/CONS

Le proposte per la revisione regolamentare di cui alla delibera n. 436/22/CONS

9. A chiusura della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 375/19/CONS, atteso che l'attività istruttoria ha consentito di prendere atto dei preliminari orientamenti del mercato e delle associazioni su un testo di discussione, con delibera n. 436/22/CONS (i cui termini di conclusione sono stati prorogati con la delibera n. 153/23/CONS), si è dato avvio a una nuova consultazione pubblica, questa volta su uno schema di provvedimento definito e dettagliato (allegato B alla delibera di avvio del procedimento), come tra l'altro auspicato dal mercato. Le questioni che si è ritenuto affrontare nello schema di direttiva allegato alla delibera di avvio della consultazione riguardano:

- la finalità del servizio di assistenza (ambito oggettivo),
- l'ambito soggettivo di applicazione dei principi e degli obblighi regolamentari,
- la disciplina del servizio di assistenza: principi generali e obblighi,
- le modalità tecniche ed economiche di fornitura del servizio assistenza, telefonica e digitale,
- la disciplina della gestione dei reclami,
- gli indicatori di qualità e le relative rilevazioni,
- i requisiti generali del contatto *outbound* mediante call center,
- la trasparenza e la pubblicazione delle informazioni sull'assistenza clienti.

Di seguito si illustrano, in sintesi, le proposte dell'Autorità per ciascuna tematica per poi riportare nella successiva sezione le conclusioni dell'Autorità.

Ambito oggettivo



10. Con riferimento alla finalità del servizio, trattata all'art.1, lettera s), e all'art. 2 dello schema di provvedimento, è necessario evidenziare che, nell'ambito delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi, l'assistenza clienti è il mezzo che consente agli utenti di interloquire con il proprio operatore per segnalare disservizi, ottenere risposte a quesiti legati ai servizi forniti, ai prezzi ed alla fatturazione degli stessi, di accedere alle procedure di reclamo e, in generale, di gestire il contratto sottoscritto.

Quanto alle modalità di accesso al servizio, poi disciplinate agli articoli 5 e 6 dello schema di regolamento, si osserva che negli ultimi anni si è assistito ad una profonda evoluzione dell'offerta di servizi di comunicazione elettronica, in termini sia di penetrazione della larga banda sia di servizi strettamente correlati (app, streaming, video, OTT, etc), come testimoniato dai dati dell'Osservatorio Agcom, cosa che ha inciso fortemente anche sull'offerta commerciale. Quest'ultima, infatti, è passata dall'essere limitata alla fornitura dell'accesso più una tariffa a consumo, ad offerte bundle dual/trial/quadruple-play con tariffazione flat. Tutto questo influenza fortemente anche la comunicazione tra utente e operatore, che ad oggi non avviene più esclusivamente tramite la chiamata al *customer care* e/o tramite un sistema documentale cartaceo (raccomandata A/R, fax) ma sfrutta i multicanali offerti dalla digitalizzazione (social network, e-mail, PEC, chat, etc.), anche a riprova della suddetta complementarità tra servizi.

Sebbene i dati dell'Osservatorio Agcom sulla copertura e la diffusione dei servizi di comunicazioni elettroniche mostri una crescente adozione delle tecnologie a banda larga su rete fissa e mobile, e delle connesse applicazioni digitali, il processo di digitalizzazione del consumatore non è ancora completo e una certa percentuale della popolazione non ha ancora accesso a forme di assistenza digitali.

Tuttavia, la nuova regolamentazione dovrebbe assumere il compito di accompagnare l'utenza verso un maggior utilizzo dei servizi digitali, consentendo un giusto equilibrio tra l'esigenza di tutela dei consumatori più deboli (meno avvezzi alle nuove tecnologie disponibili) e la digitalizzazione dei servizi e l'efficienza dei mercati. Pertanto, nel documento di consultazione si è proposta una sostanziale equiparazione dei servizi di contatto digitali con i servizi di assistenza telefonica tradizionali, seppur tenendo conto delle necessarie differenze connesse alle caratteristiche tecniche della modalità di accesso.

Ambito soggettivo

11. Quanto all'ambito soggettivo, trattato all'art. 1 lettera p) e all'art.3 dello schema di provvedimento, agli operatori telefonici tradizionali, inclusi nella delibera n. 79/09/CSP, nella proposta dell'Autorità sono aggiunti i fornitori di servizi di Pay TV (considerato che le sentenze del Consiglio di Stato, sez. III, 9 aprile 2013, n. 1961 e 12 aprile 2013, n. 2009 avevano ricompreso i servizi di televisione a pagamento nei servizi di comunicazione elettronica, così come definiti dal Codice delle comunicazioni), precedentemente esclusi, e i fornitori di servizi media audiovisivi.

A tale ultimo riguardo si richiama che con delibera n. 250/22/CONS è stata approvata la proposta di impegni presentata dalla società Dazn 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, 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 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 predispose 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 una delle questioni affrontate nella consultazione è quella dell'assistenza clienti.

Alla luce di quanto sopra, l'estensione dell'ambito soggettivo di applicazione del presente procedimento ai fornitori di servizi media audiovisivi è risultato 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, conclusa con delibera n. 74/24/CONS, che riguarda la qualità dei servizi dei fornitori di servizi SMA, ai sensi dell'art. 33, commi 3 e 4 del TUSMA, è stata disciplinata l'assistenza clienti. Nello specifico in tale schema di provvedimento 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 ha concluso 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.

La disciplina del servizio di assistenza: principi generali obblighi specifici

12. La disciplina e gli obblighi per gli operatori (secondo l'accezione estesa di cui sopra) sono stabiliti negli articoli 3, 4, 5 e 6 dello schema di regolamento sottoposto a consultazione.

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.



In base a quanto proposto negli articoli 3 e 4, gli Operatori devono assicurare 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.

Inoltre, gli Operatori, nel fornire servizi di assistenza, sono tenuti ad affiancare alle modalità digitali un servizio di contatto che richiede il coinvolgimento di un addetto, tra cui almeno il *call center*.

Gli Operatori inoltre, 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 disposizioni generali di cui all'art.4, comma 2 dello schema di regolamento, che riguardano la chiarezza, correttezza, uniformità, e la semplicità delle informazioni, l'identificazione del contatto, la cortesia e gentilezza del contatto, le informazioni e la gestione dei reclami tramite linea telefonica e canale digitale, la semplicità degli alberi di navigazione.

Gli operatori sono inoltre tenuti ad 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.

Gli articoli 5 e 6 disciplinano, rispettivamente, specificatamente l'assistenza telefonica e tramite canale digitale.

I costi di accesso al servizio di assistenza telefonico sono disciplinati al comma 7 dell'articolo 5.

Il Codice del Consumo laddove prevede che *“qualora il professionista utilizza una linea telefonica allo scopo di essere contattato dal consumatore per telefono in merito al contratto concluso, il consumatore non è tenuto a pagare più della tariffa di base quando contatta il professionista.”* (cfr. articolo 64 del Codice del consumo).

A livello regolamentare, il vigente PNN (delibera n. 8/15/CIR), art. 1, comma 1, lett. s), dispone quanto segue in merito alla “tariffa base”: *“Comunicazione elettronica a tariffa di base: comunicazione elettronica effettuata mediante l'uso, conforme alle corrispondenti norme e non discriminatorio rispetto ad altre numerazioni della medesima tipologia, di una o più numerazioni appartenenti a una delle seguenti categorie:*

1. *numerazione prevista per servizi offerti gratuitamente agli utenti in base a disposizioni di legge o regolamentari (come, ad esempio, i numeri per servizi di assistenza clienti “customer care” dei fornitori dei servizi di comunicazione elettronica);*
2. *numerazione geografica;*
3. *numerazione per servizi di comunicazione telefonica nomadici;*
4. *numerazioni per servizi di comunicazioni mobili e personali;*
5. *numerazione per servizi di addebito al chiamato nazionali e internazionali, purché sia garantita la possibilità di chiamate originate da reti fisse o mobili nazionali;*



6. *numeri verdi internazionali universali (UIFN), purché sia garantita la possibilità di chiamate originate da reti fisse o mobili nazionali”.*

Si osserva, quindi, che nell’ambito delle numerazioni a *tariffa base* rientrano anche le numerazioni per servizi gratuiti come il *customer care* degli operatori di comunicazione elettronica.

La gratuità del servizio telefonico di assistenza clienti è prevista a livello regolamentare in base al combinato disposto degli artt. 1, comma 1, lett. j) e 15 del PNN.

Nello specifico,

- l’art. 1, comma 1, lett. j) prevede che sono:
 - j) Servizi senza oneri per il chiamante: servizi per i quali non è previsto alcun tipo di addebito al chiamante, a qualsiasi rete esso appartenga. Tali servizi includono:*
 - 1) servizi di emergenza;*
 - 2) servizi di pubblica utilità;*
 - 3) servizi armonizzati europei a valenza sociale;*
 - 4) servizi di assistenza clienti "customer care";*
 - 5) servizi con addebito al chiamato.*

- l’articolo 15 del PNN (Numeri per servizi di assistenza clienti "customer care") prevede che:

1. Il numero di assistenza clienti (customer care) consente ai clienti di un fornitore di servizi di comunicazione o di risorsa correlata di accedere, senza oneri per il chiamante, allo sportello di assistenza del fornitore medesimo adeguato alle esigenze dei clienti secondo le disposizioni della normativa applicabile, al quale 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, gestire il blocco selettivo delle chiamate. I numeri sono univoci a livello nazionale.

2. I fornitori di servizi di comunicazione elettronica non utilizzano numerazione con addebito, in tutto o in parte, al chiamante per l’accesso dei propri clienti allo sportello di assistenza per la fornitura del servizio di assistenza di cui al comma 1.

Va detto che, se da una parte la gratuità della chiamata quando il cliente chiama dalla rete del proprio operatore risulta di facile gestione, la gratuità, oggi prevista, della chiamata effettuata dalla rete di un altro operatore di accesso richiede degli specifici accordi di interconnessione. In tal caso l’operatore di accesso non applica un prezzo al proprio cliente che chiama il servizio assistenza di un altro operatore.

Si ricorda che 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;

Tutto ciò premesso lo schema di provvedimento conferma quanto oggi previsto nel PNN ossia la gratuità del servizio da qualunque rete si chiami il numero dedicato a un servizio di assistenza clienti. Tale lettura appare comunque essere in linea con il Codice del consumo che fissando un limite massimo alla chiamata al *customer care*, in quanto la tariffa applicata non può essere superiore alla tariffa base, non appare escludere che la chiamata possa essere gratuita rientrando, tra l'altro, tra le numerazioni a tariffa base anche quelle senza oneri per il chiamante.

Conseguentemente lo schema di regolamento prevede al comma 7 dell'articolo 5 quanto segue:

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 in combinato disposto con l'art. 1, comma 1, let. j) 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.

Si osserva che è stato ribadito il divieto, del PNN, di modifica del CLI, divieto che era stato anche oggetto di specifica diffida.

L'accesso al servizio di assistenza digitale è previsto come gratuito in base a quanto stabilito al comma 1 dell'articolo 6 dello schema di regolamento.

Gestione dei reclami

13. Un altro argomento di rilevante interesse con interpretazioni differenti tra fornitori del servizio e consumatori è costituito dal reclamo, la cui gestione è disciplinata all'articolo 7 dello schema di provvedimento.

Quest'ultimo risulta gestito in modi disparati e disomogenei, fin dalla definizione che ne viene fornita, passando dall'oggetto di reclamo ritenuto accettabile, alle varie modalità attraverso cui il reclamo si può presentare, ai tempi di risoluzione, alla fornitura del codice identificativo quando il reclamo è presentato telefonicamente, agli strumenti di tracciabilità disponibili, alla trasparenza dei diritti degli utenti in materia di reclami e alla estensione delle procedure di reclamo ai canali di assistenza digitali. Pertanto, in via preliminare, ai fini di una regolamentazione efficace ed efficiente, si ravvisa la necessità di definire e disciplinare il reclamo in modo omogeneo per tutti i canali di assistenza che l'operatore rende disponibili ai propri clienti, stabilendo regole o precise indicazioni per quanto ne riguarda: la definizione, l'oggetto, la modalità di formulazione, i tempi di risoluzione (tenuto conto dei diversi canali utilizzabili per il suo inoltro), la tracciabilità, la trasparenza e visibilità del diritto a formularlo, l'evoluzione nelle modalità di gestione. Tuttavia, un tale intervento regolatorio necessita di ulteriori valutazioni di dettaglio, che vanno necessariamente costruite e condivise con gli stakeholders.

Gestione del contatto con gli utenti non udenti



Il tema era stato disciplinato nella delibera n. 79/09/CSP. La materia è stata tuttavia poi disciplinata all'art. 8 della delibera n. 290/21/CONS che l'Autorità si riserva di aggiornare. Come premesso il nuovo Codice stabilisce che l'Autorità può adottare misure che riguardano la pubblicazione delle informazioni affinché siano accessibili anche a utenti con disabilità, la pubblicazione delle informazioni su come i servizi offerti sono accessibili anche da parte di tali utenti, la definizione delle specifiche, ovvero dei requisiti, sui servizi che devono essere accessibili da parte dei disabili.

Pertanto, l'Autorità non ritiene opportuno introdurre una specifica disciplina nel presente schema di regolamento.

Indicatori di qualità

14. Gli indicatori di qualità e le relative modalità di misura sono 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;



- 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.

Pertanto, 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 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.

Passando al merito si osserva che BEREC prevede, nel documento BoR 20 (53), i seguenti indicatori nel caso di assistenza telefonica:

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

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 propongono per l’assistenza telefonica:

1. Tempo medio di risposta dell’operatore



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.

3. 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 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 95% dei reclami viene risolto;
- c) percentuale di reclami risolti entro i termini previsti.

4. Grado di soddisfazione dei clienti nel caso di assistenza telefonica

Si considerano poi, sia per i servizi di assistenza telefonica che digitale, Indicatori del grado di soddisfazione dell'assistenza clienti.



Gli Indici qualitativi della soddisfazione del cliente sono derivati dal documento ETSI EG 202 057-1 (*clause* 5.14). Nell'ETSI viene scelta per la valutazione una scala da 0 a 6; si propone, per similitudine con altri sistemi di votazione a cui l'utente può essere abituato, la scala da 1 a 5.

I parametri numerici, rilevati con tecnica MOS (*mean opinion score*), sono 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 da un addetto.

5. **Indice di soddisfazione del cliente nel caso di canale di assistenza digitale (eCare)**

Va detto che, allo stato, i KPI individuati, non solo dall'Autorità ma anche dalla normativa europea (attuale e di prossimo recepimento), non appaiono ancora adeguati ai servizi di contatto digitali, né l'ETSI² ne fornisce. Nelle more, dunque, con riferimento ai servizi digitali, si propone l'adozione di KPI legati esclusivamente all'indice di soddisfazione dei clienti per l'assistenza resa, in parallelo a quanto previsto per i call center.

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.

Si rinvia allo schema di provvedimento per maggiori dettagli sulle misure proposte.

² ETSI è una organizzazione europea, che supporta la regolamentazione e la legislazione europea, occupandosi di definire standard comuni in ambito telecomunicazioni, TV ed altri servizi di comunicazione elettronica.

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. Gli indicatori di qualità e gli standard minimi di qualità, definiti nell'Articolo 6, riguardano:

- b) "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 un reclamo;

- c) "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 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.

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

Ciò premesso, si è proposto di stabilire, come per le direttive 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 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 ha ritenuto 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).

Nello schema di direttiva proposto si considerano infatti i seguenti parametri:

1. *Tempo medio di risposta dell'operatore*

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.

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

Si osserva quindi che il tempo di risposta di un operatore di call center è dato dalla somma del tempo di navigazione IVR e del tempo di attesa della delibera n. 79/09/CSP.

Pertanto, volendo confermare gli standard minimi previsti nella delibera n. 79/09/CSP, si propone di sommare le tempistiche minime previste per i precedenti due indicatori come segue:

tempo medio di risposta di un operatore: rete fissa: 140 secondi

rete mobile: 155 secondi

In alternativa si potrebbe fissare, vista la diffusa convergenza delle reti e dei servizi, un unico valore minimo di 150 secondi che appare la soluzione più neutrale tecnologicamente.

L'altro parametro considerato nello schema di Direttiva allegato è il seguente:

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

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.

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.*

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.

Quindi nella misura del parametro è escluso il tempo di navigazione nell'IVR.

Nella delibera n. 79/09/CSP viene considerato l'indicatore tempo di attesa relativo alla percentuale di chiamate entranti per le quali il tempo di attesa è inferiore a 20 secondi. La percentuale fissata come soglia è del 45% e del 55% rispettivamente per rete fissa e mobile.

In tal caso l'indicatore tempo di attesa, che non include il tempo di navigazione, coincide con l'attuale indicatore *Tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi*. È quindi possibile utilizzare le stesse percentuali previste nella delibera n. 79/09/CSP:

rete fissa: 45%

rete mobile: 55%

o in alternativa un unico valore del 50% alla luce della ormai diffusa convergenza dei servizi fissi e mobili.

Per l'effetto lo schema di provvedimento è stato modificato confermando gli standard minimi della delibera n. 79/09/CSP, ma con le definizioni come aggiornate alla luce delle linee guida BEREC citate.

Di seguito la modifica proposta nello schema di Direttiva (comma 5 dell'articolo 8):

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 50%.*

Requisiti generali del contatto *outbound*

15. In continuità con quanto previsto dalla delibera n. 79/09/CSP, l'Articolo 11 dello schema di regolamento disciplina, a livello generale, anche i contatti *outbound* e contatti a scopo contrattuale, che poi sono, tra l'altro, oggetto del menzionato *Codice di condotta* a livello di maggior dettaglio.

In primo luogo, si stabilisce che nei contatti *outbound* gli operatori e i call center assicurano il rispetto delle disposizioni di cui all'art. 4 dello schema di direttiva.



Inoltre, 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. 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*".

Trasparenza e pubblicazione delle informazioni sull'assistenza clienti

16. Il tema in oggetto è disciplinato all'articolo 12 in continuità con i due provvedimenti relativi alle carte dei servizi dei servizi fissi e mobili già approvati dal Consiglio.

In generale gli Operatori devono prevedere sulla home page del proprio sito Web 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.

Inoltre, sulla pagina principale della sezione di assistenza di cui sopra 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 sono fornite informazioni esaustive sul diritto dell'utente a disporre del codice identificativo del reclamo ai fini della sua tracciabilità.

Disposizioni finali e sanzioni: articoli 13 e 14 dello schema di direttiva

17. Per l'implementazione delle misure si è proposto un tempo di 180 (centottanta) giorni dall'entrata in vigore del provvedimento.

Inoltre, si è ritenuto che sia da considerarsi abrogata la direttiva in materia di qualità dei servizi telefonici di contatto (call center) nel settore delle comunicazioni elettroniche, approvata con delibera n. 79/09/CSP.

Presidio sanzionatorio

18. In riferimento al presidio sanzionatorio si è ritenuto utile richiamare quanto già approvato dall'Autorità con delibera n. 358/22/CONS che modifica il regolamento sulle controversie tra utenti o operatori includendo tra questi anche i fornitori SMA.

In tale delibera si precisa che, per quanto riguarda, il presidio sanzionatorio applicabile in caso di inottemperanza al provvedimento decisorio dell'Autorità, per le controversie in materia di servizi di media audiovisivi, in mancanza di una previsione specifica del TUSMA ai casi di inottemperanza a ordini dell'Autorità, si propone, in analogia a quanto fatto nella contestazione n. 1/22/DTC in relazione alla quale sono stati approvati gli impegni di DAZN, di far riferimento a quanto previsto dal comma 31 dell'articolo 1 della legge 249/97, secondo cui «[i] soggetti che non ottemperano agli ordini e alle diffide



dell'Autorità, impartiti ai sensi della presente legge, sono puniti con la sanzione amministrativa pecuniaria da lire venti milioni a lire cinquecento milioni». Giova richiamare che tra le materie previste dalla legge vi è l'emanazione di 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 (comma 6, lettera b), punto 2).

Per le controversie in materia di servizi di comunicazione elettronica, invece, si è ritenuto che si trattasse solo di aggiornare il rinvio all'articolo 98, comma 11, del Codice, richiamando l'attuale articolo 30, comma 12.

In particolare, l'art. 20, comma 3 del Regolamento approvato con la suddetta delibera prevede che il provvedimento di definizione della controversia costituisce un ordine dell'Autorità, la cui inottemperanza è sanzionabile nei confronti degli operatori 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.

È apparso, in coerenza, ragionevole ipotizzare che, per questo procedimento, risulti applicabile l'art. 1 comma 31 della legge n. 249/1997 per i fornitori SMA, stesso presidio già utilizzato per DAZN, e l'articolo 30, comma 12 del Codice per i fornitori di servizi di comunicazioni elettroniche.

È stata pertanto, introdotto lo stesso tipo di precisazione nel presente schema di provvedimento, come segue:

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.

ESITI DELLA CONSULTAZIONE PUBBLICA E MODIFICHE ALLA PROPOSTA DI DISCIPLINA
--

19. Gli esiti della consultazione pubblica sono riportati in **Allegato 1** al presente provvedimento. Le valutazioni dell'Autorità, riportate nello stesso documento, sono state precedute da una approfondita **analisi di impatto regolamentare**, riportata in **Allegato 2** al presente provvedimento. Nel rinviare a tali documenti per ogni dettaglio si riportano, di seguito, in sintesi, le principali modifiche apportate rispetto agli iniziali orientamenti di cui sopra si è fornita un'ampia disamina.

Ambito oggettivo e soggettivo

20. Come premesso, nel documento di consultazione si è proposta una sostanziale equiparazione dei servizi di contatto digitali con i servizi di assistenza telefonica tradizionali, seppur tenendo conto delle necessarie differenze connesse alle caratteristiche tecniche della modalità di accesso.

In esito alla consultazione, nel confermare la non obbligatorietà dei sistemi di assistenza digitale, si è meglio chiarito che le indicazioni fornite in relazione alle modalità di



implementazione di tali sistemi di interlocuzione con i clienti assumono la valenza di **condotte fortemente raccomandate**.

Per quanto riguarda l'ambito soggettivo, in esito alla consultazione pubblica si chiarisce i primi soggetti tenuti ad implementare la disciplina prevista per i servizi di assistenza telefonica sono gli operatori autorizzati alla fornitura al dettaglio di servizi di comunicazione elettronica, indipendentemente dalla tipologia di contratto, nei termini e nei limiti stabiliti con la delibera n. 307/23/CONS, oltre a quanto chiarito in Allegato 1 al presente provvedimento.

Sono poi tenuti ad implementare le misure previste per l'assistenza telefonica i fornitori di servizi media audiovisivi. L'estensione delle misure a tali soggetti 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, conclusa con delibera n. 74/24/CONS, che riguarda la qualità dei servizi dei fornitori di servizi SMA, ai sensi dell'art. 33, commi 3 e 4 del TUSMA, è stata disciplinata l'assistenza clienti. Nello specifico in tale provvedimento si prevede che, per quanto riguarda l'assistenza telefonica, il fornitore SMA deve attenersi a quanto previsto da questo procedimento che va a modificare la delibera n. 79/09/CSP, integrandone le previsioni. Vengono inoltre fornite indicazioni generali anche per le soluzioni di assistenza digitale che, in questo procedimento, si disciplinano in modo generale. Pertanto, si conferma che i due procedimenti risultano coerenti e complementari in quanto le modifiche alla delibera n. 79/09/CSP, di cui al presente provvedimento, vanno a determinare i parametri di qualità dei servizi di assistenza previsti nella delibera n. 74/24/CONS per il tramite della tecnica del rinvio.

La disciplina del servizio di assistenza: principi generali obblighi specifici

21. La disciplina e gli obblighi per gli operatori (secondo l'accezione estesa di cui sopra) sono stabiliti **negli articoli 3, 4, 5 e 6** del regolamento.

In esito alla consultazione pubblica non sono state apportate modifiche all'**articolo 3** che declina la responsabilità di fornitori di servizi di comunicazioni elettroniche e media audiovisivi (operatori secondo la definizione di questo provvedimento).

Nel testo dell'**articolo 3** vengono meglio chiariti i presidi normativi di tali responsabilità, ossia l'articolo 98 quindicesimo e sedicesimo del Codice, avuto riguardo agli obblighi di trasparenza e rispetto degli standard di qualità, e l'articolo 33 del TUSMA.

Anche l'**articolo 4** (Principi generali) non subisce sostanziali modifiche in esito alla consultazione.

Sul tema si evidenzia che le osservazioni pervenute sono nella sostanza relative a richieste di chiarimento e/o precisazione, pertanto, si rimanda a quanto sopra riportato nell'ambito dell'avvio della consultazione di cui alla delibera n. 436/22/CONS e, in particolare, a quanto chiarito in Allegato 1 al presente provvedimento.



Con riferimento all'**articolo 5** della proposta in consultazione (**Disciplina del servizio di assistenza telefonica**), si conferma nella sostanza l'impianto regolamentare proposto, con le seguenti modifiche in accoglimento parziale delle istanze pervenute:

- Per i **commi 2 e 4** l'Autorità ritiene congruo prevedere che, in caso di congestione del sistema di call center dell'operatore, il cliente possa ricevere un messaggio che lo inviti a richiamare. Viene conseguentemente modificato il comma 2. Per il comma 4, non si ravvisa la necessità di prevedere un tono di occupato o la richiamata in luogo della messa in attesa del cliente. Sarà l'utente, se del caso, a decidere di rilasciare la chiamata.
- Per il **comma 3** l'Autorità 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. Si condivide, pertanto la richiesta di eliminare la previsione secondo cui l'opzione di parlare con un addetto sia una delle prime voci dell'albero IVR. 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, già 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".
- Per il **comma 5**, alla luce dell'analisi di impatto economico, di cui all'Allegato 2 al presente provvedimento e delle unanimesi richieste degli operatori, l'Autorità ravvisa evidenze per ritenere che la previsione di cui al comma 5, di prevedere per il cliente posto in coda un messaggio vocale con il tempo di attesa, 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 appare 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 ragionevole prevedere tale misura come facoltativa anche per tener conto delle caratteristiche degli operatori di minore dimensione che non necessariamente utilizzano call center esterni.
- Per il **comma 7** l'Autorità 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). Come chiarite in premessa, tra l'altro, la gratuità del servizio è stabilita dal Piano Nazionale di Numerazione avendo chiarito che tale previsione si applica da qualunque rete di accesso. 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. L'Autorità conferma, pertanto, il contenuto del comma 7.



- Per il **comma 8**, alla luce delle analisi di impatto della regolamentazione si conferma il proposto range orario minimo di disponibilità del servizio.
22. L'**articolo 6** riguarda i sistemi di assistenza digitale. Viene meglio chiarito, essendo tali sistemi non obbligatori, sebbene di fatto utilizzati estensivamente come risulta dall'analisi di impatto, che le indicazioni fornite rappresentano delle Linee guida ovvero raccomandazioni per il mercato. Per il resto le modifiche sono di mero chiarimento anche ai fini di favorirne l'implementazione mediante APP e l'Area clienti.

Gestione dei reclami

23. Si fa riferimento **all'articolo 7** della proposta di regolamento in consultazione sulle modalità di presentazione e tracciabilità di un reclamo. Nel confermare nella sostanza l'impianto regolamentare proposto, di seguitosi evidenziano le principali modifiche apportate in parziale accoglimento delle istanze pervenute:

Il **comma 1** viene eliminato in quanto replica quanto indicato nel successivo comma 2.

- Per il **comma 2**, si chiarisce meglio che il relativo contenuto non implica l'obbligatorietà del contatto digitale. Viceversa, il comma raccomanda che, se l'operatore mette a disposizione dei sistemi digitali, almeno uno deve consentire di presentare reclami. Viene conseguentemente precisato meglio il comma 2 dell'articolo 7.

A tale proposito, viste le richieste di chiarimento pervenute, si 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 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. Infatti, gli utenti sono tradizionalmente orientati all'utilizzo del canale telefonico per la comunicazione di reclami. Pertanto, l'Autorità ritiene imprescindibile prevedere anche tale possibilità. In aggiunta, nel rilevare che il contatto digitale non è obbligatorio ma largamente diffuso (dall'analisi di impatto circa il 55% dei contatti avviene con modalità digitale), proprio al fine di consolidare e ulteriormente incentivare l'utilizzo dei contatti digitali, si reputa opportuno raccomandare la possibilità, laddove messo a disposizione, che tramite quest'ultimo 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.

- Per il **comma 3** l'Autorità 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 di eliminare dall'IVR l'opzione dedicata al reclamo al primo livello. Si osserva, ad ogni buon fine, 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.

- Per il **comma 4** l'Autorità 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.
- Per il **comma 5** l'Autorità ritiene congrua la richiesta, da parte di molti rispondenti, 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 mesa 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 come mezzo obbligatorio in quanto modalità in disuso e poco efficiente.
- Per i **commi 12, 13 e 14** l'Autorità, come detto, 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. Con riferimento alla richiesta di chiarimento sulla nozione di supporto durevole si rinvia a quanto chiarito dalla delibera n. 307/23/CONS. Come meglio chiarito in Allegato 1, si condivide l'opportunità, evidenziata da tutti i rispondenti, di razionalizzare gli oneri informativi di cui ai commi 12, 13 e 14, mantenendo il solo comma 14. In primo luogo, si 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. Si 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. Ciò costituisce tra l'altro 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. Si 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 del reclamo 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. Si 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. Si conferma che le comunicazioni di cui al comma 14 sono inviate ai recapiti indicati dal cliente e presenti nei sistemi degli operatori. Sempre 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 scelto dal cliente all'atto di presentazione dello stesso.

Gestione del contatto con gli utenti non udenti

24. Si conferma quanto valutato nell'ambito della delibera n. 436/22/CONS e, pertanto, l'Autorità ritiene di non introdurre una specifica disciplina nel presente schema di regolamento.

Indicatori di qualità e Standard minimi di qualità per i servizi di assistenza telefonica

25. In via preliminare si precisa che qui il riferimento è all'**articolo 8** della proposta di regolamento in consultazione. Sul tema si evidenzia che le osservazioni pervenute sono molteplici e di diversa natura, pertanto, per i dettagli si rimanda a quanto sopra riportato nell'ambito dell'avvio della consultazione di cui alla delibera n. 436/22/CONS e, in particolare, a quanto chiarito in Allegato 1 al presente provvedimento. Nel confermare, dunque, l'impianto regolamentare proposto, di seguito, si riportano le valutazioni più significative ai fini della modifica della proposta in consultazione:

- per il **comma 1**, non si condivide la proposta di eliminare la distinzione, di cui al punto a. del comma 1, tra vanali 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.
- per il **comma 3** si 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.



- per il **comma 4** si 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.
- per il **comma 5**, si ritiene di confermare quanto proposto e valutato nell'ambito della consultazione pubblica di cui alla delibera n. 436/22/CONS, con riferimento al quadro normativo e di opportunità sopra riportato. Si precisa, alla luce di quanto sopra chiarito, che 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 del TUSMA dovrà infatti essere l'Autorità a dettare i criteri per assistenza tecnica, nonché idonee procedure di gestione di reclami, istanze e segnalazioni degli utenti. In conclusione, l'intervento sull'assistenza clienti nei confronti di operatori di comunicazioni elettroniche e SMA interessati dall'art. 33 del TUSMA è sostenuto dalle generali previsioni della legge istitutiva oltre che da specifiche previsioni del Codice delle comunicazioni elettroniche e, per l'appunto, del TUSMA. Ciò consente, pertanto, all'Autorità di effettuare un opportuno ed efficiente intervento armonico.

26. Con particolare riferimento alle **soglie di qualità**, l'Autorità osserva che lo standard minimo del tempo medio di risposta è superiore al livello medio di mercato come riportato nell'analisi di impatto. Pertanto, la misura proposta di un tempo medio di 150 secondi non è suscettibile di determinare un impatto sui costi. Si ritiene, pertanto, ragionevole confermare un tempo medio di risposta di 150 secondi.

Per quanto riguarda il parametro di cui al punto b), tasso di chiamate verso operatore servite entro 20 secondi, sebbene la media effettivamente sperimentata dal mercato sia di poco superiore al 50%, essendo presente una consistente varianza dei valori sperimentati dai vari operatori, l'Autorità ritiene ragionevole rilassare il parametro stabilendo un requisito pari al 40%. Ciò al fine di non aumentare gli oneri in capo al mercato.

Indice di soddisfazione del cliente

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.

Con riferimento all'indicatore "Indice di soddisfazione del cliente nel caso di servizio di assistenza telefonico" di cui al paragrafo 3 dell'Allegato 1 che gli operatori devono rilevare, ai sensi dell'articolo 8 lettera a), l'Autorità preso atto delle osservazioni contrarie 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.*

In conclusione, l'Autorità modifica il comma 1 dell'articolo 8 prevedendo che:



- a. per i servizi telefonici di assistenza clienti, utilizzano gli indicatori di qualità definiti nell'Allegato 1, da intendersi come obbligatori i soli indicatori sub1 e sub 2, facoltativo il sub 3;
- b. per i servizi di contatto digitali, utilizzano gli indicatori definiti nell'Allegato 2 da intendersi come facoltativi;
- c. per la gestione dei reclami, utilizzano gli indicatori definiti nell'Allegato 3, da intendersi come obbligatori.

L'Autorità, ad ogni buon fine conferma 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.

Requisiti generali del contatto *outbound*

27. Sul punto, relativo **all'articolo 10**, si conferma quanto proposto in consultazione e le relative valutazioni, non avendo ricevuto particolari osservazioni dal mercato.

Trasparenza e pubblicazione delle informazioni sull'assistenza clienti

28. In via preliminare si precisa che qui il riferimento è **all'articolo 11** della proposta di regolamento in consultazione. Sul tema si evidenzia che le osservazioni pervenute sono di dettaglio e di chiarimento. Pertanto, per i dettagli si rimanda a quanto sopra riportato nell'ambito dell'avvio della consultazione di cui alla delibera n. 436/22/CONS e, in particolare, a quanto chiarito in Allegato 1. Nella sostanza si conferma, dunque, l'impianto regolamentare proposto, chiarito che 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.

Disposizioni finali e sanzioni: articoli 13 e 14 dello schema di direttiva

29. L'Autorità ritiene ragionevole, viste le richieste da parte di tutti gli operatori rispondenti, 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 dalla pubblicazione del provvedimento**.
30. In merito al presidio sanzionatorio, l'Autorità richiama che lo schema di regolamento ha previsto che *“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.

Si richiama, altresì, 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.

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 - quindicesimo e 98 - sedicesimo del Codice il cui corrispondente presidio sanzionatorio è stabilito dall'art. 30, comma 19.



L'Autorità, pertanto, ritiene di sostituire, per gli operatori che forniscono servizi di comunicazioni elettroniche, il presidio sanzionatorio previsto in consultazione pubblica con il più attinente comma 19.

Per i fornitori di servizi media audiovisivi si rinvia a quanto previsto dall'articolo unico comma 5 della delibera n. 74/24/CONS.

CONSIDERATO che, l'assistenza clienti è l'unico mezzo che consente agli utenti di interloquire con il proprio operatore per segnalare disservizi, ottenere risposte a quesiti legati ai servizi forniti, ai prezzi ed alla fatturazione degli stessi ed alle procedure di reclamo e in generale di gestire il proprio contratto, sottoscritto per adesione. In relazione a quest'ultimo, dunque, al fine di inquadrare correttamente il ruolo che i servizi di contatto assolvono, necessita tenere nel dovuto conto le criticità in cui un utente incorre durante tutta la vigenza contrattuale (dalla stipula, all'esecuzione fino alla sua conclusione), facendo sì che l'assistenza clienti diventi non un servizio separato e avulso ma diretto complemento di un servizio di comunicazione elettronica, senza il quale non sarebbe possibile fruire degli stessi servizi oggetto del contratto;

CONSIDERATO, in relazione al diritto di accesso al servizio di assistenza telefonica, che la principale ed irrinunciabile esigenza di assistenza per gli utenti rimane quella telefonica, unita alla possibilità di parlare con un operatore anziché con risponditori automatici, i quali non necessariamente soddisfano le esigenze di assistenza e che, pertanto, è necessario assicurare agli utenti la possibilità di un contatto telefonico diretto con un operatore/persona fisica;

CONSIDERATO che all'Autorità pervengono numerose segnalazioni da parte di utenti in merito a inefficienze dei servizi di contatto erogati dagli operatori di comunicazioni elettroniche, concernenti in particolare: a) difficoltà nel contattare gli addetti e lunghi tempi di attesa; b) mancanza di certezza di presa in carico di reclami/segnalazioni/richieste di informazioni formulate dall'utente; c) inadeguatezza delle risposte rese dagli addetti;

CONSIDERATO che dell'analisi di impatto si osserva un progressivo miglioramento, a livello complessivo, nei tempi di risposta alle chiamate ai servizi di assistenza ai clienti e che è pertanto necessario confermare gli standard minimi sui tempi di risposta, i quali hanno infatti dimostrato la loro efficacia nell'indurre il mercato a fornire un servizio con tempi di risposta mediamente idonei;

RILEVATO che le posizioni espresse dal mercato, nell'ambito della consultazione pubblica, sono particolarmente diversificate e pongono questioni di ampio respiro in merito ai tre argomenti fondamentali, che ad oggi risultano di maggior interesse: il principio di gratuità, la misurazione della qualità dell'assistenza e la gestione dei reclami;

CONSIDERATO che, negli ultimi anni, si è registrata una profonda evoluzione dell'offerta di servizi di comunicazione elettronica, in termini sia di penetrazione della larga banda sia di servizi strettamente correlati (app, streaming, video, OTT etc), che ha inciso fortemente anche sull'offerta commerciale. Quest'ultima, infatti, è passata dall'essere strettamente legata all'accesso più una tariffa a consumo ad offerte bundle dual/trial/quadruple-play, influenzando anche la comunicazione tra utente e operatore, che ad oggi non avviene più esclusivamente tramite la chiamata al customer care e/o tramite un sistema documentale cartaceo (raccomandata A/R, fax) ma sfrutta i multicanali offerti dalla digitalizzazione (social network, e-mail, PEC, chat, APP, etc.);

RILEVATO che, nell'adeguare la normativa vigente, i partecipanti alla consultazione, sin dalla consultazione di cui alla delibera n. 375/19/CONS, hanno chiesto all'Autorità di tenere in conto dell'evoluzione tecnologica intervenuta in questi anni, non limitandosi ad un provvedimento definitivo di mero aggiornamento dell'attuale disciplina ma che consenta a tutti gli attori del mercato

un'ulteriore riflessione sul tema dell'assistenza clienti e che prenda in considerazione il significativo aumento delle tecnologie disponibili ad oggi;

RITENUTO che, alla luce delle risultanze istruttorie e ai fini della regolamentazione a farsi, siano inderogabili e ormai acquisiti i principi di tutela dei consumatori sulla: i. accessibilità garantita agli utenti all'assistenza clienti (tradizionale e digitale); ii. trasparenza e tracciabilità delle procedure di gestione del reclamo; iii. trasparenza e comparabilità dei risultati di qualità del servizio di assistenza clienti;

RITENUTO, dunque, necessario aggiornare la regolamentazione vigente individuando un percorso che possa portare il mercato verso la sostanziale equiparazione dei servizi di assistenza ai clienti (tradizionali e digitali), in termini di efficienza, efficacia e di equivalenza dei servizi di contatto ai fini della formulazione del reclamo da parte dell'utenza;

CONSIDERATO, alla luce di tutto quanto sopra, necessario innovare anche le forme di monitoraggio e controllo della qualità dei servizi di assistenza, ridimensionando la regolamentazione come finora concepita e introducendo al contempo nuovi strumenti che vadano a rilevare gli elementi più significativi che caratterizzano un servizio di contatto, come la valutazione della *customer experience*. Tali strumenti non dovrebbero essere aggiuntivi e accessori bensì complementari e parzialmente sostitutivi a quelli basati su misurazioni interne;

RITENUTO opportuno, al fine di promuovere la concorrenza nell'offerta di servizi di contatto, introdurre degli indicatori di qualità che misurino il grado di soddisfazione del cliente;

VISTI tutti gli atti del procedimento;

UDITA la relazione della Commissaria Elisa Giomi, relatrice ai sensi dell'articolo 31 del Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità.

DELIBERA

Articolo 1

(Adozione della disciplina e dei parametri di qualità dei servizi di assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi)

1. È approvato il Regolamento inerente la "Disciplina e qualità del servizio di assistenza clienti nel settore delle comunicazioni elettroniche e dei servizi media audiovisivi", di cui all'**allegato A** alla presente delibera.
2. La sintesi della consultazione pubblica avviata con delibera n. 436/22/CONS e le relative valutazioni dell'Autorità è contenuta nell'**Allegato 1** alla presente delibera. Gli esiti della consultazione di cui alla delibera n. 375/19/CONS sono riportati in **Allegato 3** alla presente delibera.
3. L'analisi di impatto della presente regolamentazione è contenuta nell'**Allegato 2** alla presente delibera.
4. Le disposizioni del presente provvedimento sono attuate entro 12 mesi dalla pubblicazione del provvedimento.



5. La direttiva in materia di qualità dei servizi telefonici di contatto (call center) nel settore delle comunicazioni elettroniche, approvata con delibera n. 79/09/CSP del 14 maggio 2009, è abrogata decorso il termine di cui al comma 4.
6. Le norme di rinvio alla predetta direttiva, contenute nelle delibere di questa Autorità, devono intendersi modificate nel senso di rinviare alla direttiva approvata con la presente delibera.
7. Gli **allegati A, 1, 2 e 3** costituiscono parte integrante e sostanziale del presente provvedimento.

La presente delibera, comprensiva dei suoi allegati, è pubblicata sul sito web dell'Autorità.

Il presente atto può essere impugnato davanti al Tribunale Amministrativo Regionale del Lazio entro 60 giorni dalla notifica dello stesso.

Roma, 10 luglio 2024

IL PRESIDENTE

Giacomo Lasorella

LA COMMISSARIA RELATRICE

Elisa Giomi

Per attestazione di conformità a quanto deliberato

IL SEGRETARIO GENERALE

Giulietta Gamba