

Disposizioni dell’Autorità per l’energia elettrica e il gas in tema di qualità dei servizi telefonici dei venditori di energia elettrica e di gas ai clienti finali

Titolo I – Definizioni ed ambito di applicazione

Articolo 1

Definizioni

- 1.1 Ai fini del presente provvedimento si applicano le seguenti le seguenti definizioni:
- “**albero fonico**” o IVR (*Interactive voice responder*) è un sistema costituito da un risponditore automatico con funzioni interattive che, in funzione delle risposte fornite dal cliente finale via tastiera o riconoscimento vocale, permette di accedere a menu di servizi e di richiedere di essere messi in contatto con un operatore;
 - “**Autorità**” è l’Autorità per l’energia elettrica e il gas, istituita ai sensi della legge 14 novembre 1995, n. 481;
 - “**call center**” è un servizio telefonico commerciale dotato di tecnologie che permettono al venditore di registrare l’inizio della risposta, l’eventuale richiesta di parlare con un operatore, se la risposta avviene tramite risponditore automatico, e l’inizio della conversazione con l’operatore o, se precedente, la fine della chiamata;
 - “cliente finale” è il consumatore che acquista l’energia elettrica o il gas per uso proprio;
 - “**legge n. 481/95**” è la legge 14 novembre 1995, n. 481;
 - “**livello di servizio**” è la percentuale di chiamate con richiesta di parlare con un operatore andate a buon fine;
 - “**livello generale di qualità**” è il livello di qualità riferito al complesso delle prestazioni;
 - “**servizio automatico dispositivo**” è un servizio telefonico che permette al cliente finale di effettuare operazioni o transazioni relative al contratto di utenza direttamente tramite la tastiera del proprio telefono o riconoscimento vocale senza parlare con un operatore;
 - “**operatore**” è una persona incaricata in grado di rispondere alle richieste del cliente finale che contatta il venditore relativamente a tutti gli aspetti principali del servizio di vendita di energia elettrica e/o di gas;
 - “**servizi on line**” sono servizi erogati dai venditori tramite il proprio sito internet;
 - “**servizio telefonico commerciale**” è il servizio telefonico che permette al cliente finale di mettersi in contatto con il proprio venditore per richieste di informazioni, prestazioni o servizi commerciali e inoltro di reclami; per ogni servizio telefonico commerciale possono essere resi disponibili uno o più numeri telefonici; il servizio telefonico commerciale può essere dotato di albero fonico o IVR;
 - “**sportello fisico**” è un punto di contatto con il venditore, aperto al pubblico, per richieste di informazioni, prestazioni o servizi commerciali e inoltro di reclami;
 - “**valore medio semestrale**” di un indicatore è la media dei 5 migliori valori mensili dell’indicatore rilevati nel semestre considerato, calcolato con arrotondamento al primo decimale;

- “**venditore**” è il soggetto che esercita l’attività di vendita di energia elettrica e/o di gas ai clienti finali.

Articolo 2

Ambito di applicazione

- 2.1 Il presente provvedimento si applica:
- a) ai venditori secondo il percorso di gradualità previsto dall’articolo 21;
 - b) ai soli clienti finali alimentati in bassa tensione, per quanto riguarda il servizio elettrico, o in bassa pressione, per quanto riguarda il servizio gas;
 - c) ai soli numeri telefonici destinati in tutto o in parte a queste tipologie di clienti.

Titolo II – Obblighi generali di servizio

Articolo 3

Obblighi dei servizi telefonici commerciali privi di albero fonico

- 3.1 Il venditore ha l’obbligo di:
- a) disporre di un servizio telefonico commerciale con uno o più numeri telefonici;
 - b) garantire un orario di apertura del servizio telefonico commerciale con presenza di operatori per un numero minimo settimanale di 35 ore, elevato a 50 ore qualora non sia presente almeno uno sportello fisico per ogni provincia nella quale il venditore serve più di 20.000 clienti finali al 31 dicembre dell’anno precedente;
 - c) pubblicare nel proprio sito internet e riportare nei documenti di fatturazione i numeri telefonici del servizio telefonico commerciale con l’indicazione del tipo di chiamate alle quali sono dedicati nonché dell’orario di apertura del servizio di cui alla precedente lettera b);
 - d) dotarsi di *call center* e rispettare gli standard generali di qualità dei servizi telefonici di cui al successivo articolo 9.

Articolo 4

Obblighi dei servizi telefonici commerciali dotati di albero fonico

- 4.1 Il venditore, nel caso in cui decida volontariamente di dotare il proprio servizio telefonico commerciale di albero fonico, in aggiunta a quanto previsto dall’articolo 3, comma 3.1:
- a) mette a disposizione dei clienti finali uno o più numeri verdi totalmente gratuiti almeno per telefonate da rete fissa;
 - b) inserisce almeno al secondo livello dell’albero fonico un’opzione esplicita di richiesta di parlare con un operatore, oppure, in alternativa, prevede che a qualunque opzione di secondo livello corrisponda il trasferimento della chiamata verso un operatore, o direttamente o in caso di operazioni su servizi automatici dispositivi non andate a buon fine;
 - c) prevede l’indirizzamento verso un operatore in caso di errore nella digitazione o nel messaggio vocale o in caso di mancata risposta.
- Ai fini dell’adempimento di quanto previsto alle precedenti lettere b) e c), nel conteggio dei livelli dell’albero fonico non si tiene conto dell’eventuale livello per la scelta tra i diversi servizi (ad esempio elettricità, gas, acqua, altri servizi).

Titolo III – Indicatori e standard di qualità dei call center

Articolo 5

Indicatori di qualità dei call center

- 5.1 Ai fini della definizione degli standard generali di qualità dei *call center* vengono definiti i seguenti indicatori:
- a) accessibilità al servizio (AS);
 - b) tempo medio di attesa (TMA);
 - c) livello del servizio (LS).
- 5.2 Nel caso in cui il venditore svolga più servizi e non risulti possibile stabilire a quale servizio si rivolge la chiamata telefonica, concorrono al computo degli indicatori di cui al comma precedente, lettere b) e c), tutte le chiamate telefoniche dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con un operatore o che sono stati reindirizzati da parte di servizi automatici ad un operatore, indipendentemente dal servizio.

Articolo 6

Accessibilità al servizio

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

Articolo 7

Tempo medio di attesa

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

Articolo 8

Livello di servizio

- 8.1 L'indicatore livello di servizio (LS) è pari al rapporto, nel mese considerato, tra il numero di chiamate telefoniche dei clienti finali che hanno effettivamente parlato con un operatore e il numero di chiamate dei clienti finali che hanno richiesto di parlare con operatore o che sono state reindirizzate dai sistemi automatici ad un operatore,

moltiplicato per 100; l'indicatore LS è calcolato con arrotondamento alla prima cifra decimale.

Articolo 9

Standard generali di qualità dei call center

- 9.1 Gli standard generali di qualità dei *call center* per ciascuno degli indicatori di cui all'articolo 5, comma 5.1, sono definiti dalla tabella A.

Tabella A – Standard generali di qualità dei call center

Indicatore	Standard generale
Accessibilità al servizio (AS)	$\geq 90 \%$
Tempo medio di attesa (TMA)	≤ 240 secondi
Livello di servizio (LS)	$\geq 80 \%$

- 9.2 La rilevazione degli indicatori è effettuata a livello di venditore e a cadenza mensile; lo standard generale si intende rispettato nel semestre considerato se i valori mensili rilevati risultano uguali o migliori dello standard generale in almeno 5 mesi su 6.
- 9.3 La grave violazione per un semestre degli standard generali di qualità dei *call center*, o la violazione degli stessi per due semestri consecutivi, o la violazione degli obblighi generali di servizio di cui al Titolo II, costituiscono presupposto per l'apertura di un procedimento sanzionatorio ai sensi dell'articolo 2, comma 20, lettera c) della legge 14 novembre 1995, n. 481.

Titolo IV – Obblighi di registrazione e di comunicazione dei call center

Articolo 10

Caratteristiche ulteriori dei call center

- 10.1 Ai fini dell'assegnazione dei punteggi di cui ai successivi articoli 16 e 17, si considerano le seguenti ulteriori caratteristiche relative alla qualità dei *call center*:
- la disponibilità del servizio con operatore;
 - gratuità del servizio telefonico commerciale;
 - l'efficacia dei servizi automatici dispositivi;
 - la multicanalità;
 - la facilità di navigazione dei servizi automatici;
 - la disponibilità di servizi *on line* in aggiunta al *call-center*;
 - l'attivazione di iniziative per il miglioramento della qualità dei servizi telefonici in collaborazione con le associazioni dei consumatori;
 - l'esistenza dei servizi per la gestione di code per l'attesa.
- 10.2 La disponibilità del servizio con operatore è misurata dal maggior numero di ore di apertura del *call center* rispetto all'obbligo di servizio di cui all'articolo 3, comma 3.1, lettera b).
- 10.3 La gratuità del servizio telefonico commerciale è riferita all'attivazione di un numero verde totalmente gratuito che permetta al cliente finale di contattare il venditore sia da telefonia fissa sia da telefonia mobile.

- 10.4 L'efficacia dei servizi automatici dispositivi è riferita alla percentuale di richieste risolte nell'albero fonico (indicatore RR), pari al rapporto tra il numero di chiamate che hanno scelto un servizio automatico dispositivo nell'albero fonico andate a buon fine e il numero totale di chiamate che hanno scelto un servizio automatico dispositivo nell'albero fonico, moltiplicato per 100; l'indicatore RR è misurato con arrotondamento al primo decimale.
- 10.5 La multicanalità è riferita alla presenza di uno o più sportelli fisici, con orario complessivo di apertura di almeno 35 ore settimanali, per ogni provincia in cui il venditore serve più di 20.000 clienti al 31 dicembre dell'anno precedente.
- 10.6 La facilità di navigazione nell'albero fonico è riferita al rispetto di quanto previsto dal comma 4.1, lettera b), con riferimento al primo livello dell'albero fonico.
- 10.7 I servizi *on line* in aggiunta al *call-center* sono i servizi dispositivi erogati dal venditore tramite il proprio sito internet a clienti finali titolari di contratto (ad esempio l'accesso ai dati relativi al proprio contratto, la modifica dei dati anagrafici e di contratto) o a potenziali clienti (ad esempio la richiesta di subentro o di nuovo contratto); i servizi *on line* alternativi al *call center* non comprendono i servizi di autolettura e l'offerta di servizi informativi generici.
- 10.8 Per attivazione di iniziative in collaborazione con le associazioni dei consumatori si intendono le iniziative realizzate con associazioni dei consumatori, iscritte nell'elenco previsto dall'articolo 137 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, che abbiano come oggetto il miglioramento della qualità dei *call center*, in particolare per l'accesso e la fruizione dei servizi alla clientela svantaggiata, o la risoluzione extragiudiziale di controversie connesse con la fruizione dei servizi.
- 10.9 Per servizi per la gestione delle code di chiamate in attesa del colloquio con l'operatore nei momenti di intenso traffico telefonico si intendono le alternative offerte al cliente finale di essere richiamato (a scelta del cliente) e/o di ricevere segnalazioni durante l'attesa di parlare con un operatore del tempo di attesa stimato.
- 10.10 La rilevazione delle caratteristiche è effettuata su base semestrale, considerando il valore medio semestrale, ove la caratteristica è misurabile tramite un indicatore, o la prevalenza nel semestre per le altre caratteristiche.

Articolo 11

Obblighi di registrazione

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

Articolo 12

Verificabilità dei dati

- 12.1 Al fine di consentire l'effettuazione di controlli per accertare la veridicità delle informazioni e dei dati comunicati e assicurare il rispetto delle disposizioni contenute nel presente provvedimento il venditore di energia elettrica e di gas:
- a) mantiene gli strumenti informatici di cui si avvale continuamente aggiornati con le informazioni e i dati richiesti;
 - b) assicura la verificabilità delle informazioni e dei dati registrati mediante un adeguato sistema di collegamento, anche informatico, tra archivi commerciali, archivi tecnici e mediante ogni altra documentazione ritenuta necessaria;
 - c) conserva in modo ordinato ed accessibile tutta la documentazione necessaria per assicurare la verificabilità delle informazioni e dei dati registrati, per un periodo non inferiore a tre anni solari successivi a quello della registrazione.

Articolo 13

Obblighi di comunicazione

- 13.1 A partire dal 1° luglio 2008, entro il 30 settembre e il 31 marzo di ciascun anno, il venditore comunica all'Autorità con riferimento a ciascuno dei mesi del semestre precedente:
- a) il numero di chiamate telefoniche che hanno richiesto di parlare con un operatore, e il numero di quelle alle quali è stata data risposta;
 - b) il livello di accessibilità al servizio (AS);
 - c) il tempo medio di attesa (TMA);
 - d) il livello di servizio (LS).
- 13.2 L'Autorità utilizza le informazioni ed i dati comunicati ai fini della determinazione della pubblicazione comparativa.

Articolo 14

Indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai call center

- 14.1 L'Autorità effettua a cadenza semestrale una indagine di soddisfazione dei clienti che si rivolgono ai *call center* dei venditori.
- 14.2 L'indagine è effettuata attraverso la metodologia del *call-back*, intervistando i clienti che hanno parlato effettivamente con un operatore del *call center*. A tal fine ogni venditore di cui all'articolo 21, comma 21.1, lettera a), fornisce, secondo istruzioni operative definite con determinazione del Direttore della Direzione consumatori e qualità del servizio dell'Autorità e con modalità tali da garantire adeguate misure di sicurezza, gli elenchi dei clienti finali che hanno parlato con un operatore di *call center* necessari per l'effettuazione dell'indagine, corredati delle informazioni di cui al precedente articolo 11, comma 11.1, nonché di informazioni relative a:
- a) il titolare del contratto di fornitura a cui si riferisce la chiamata (ove presente) o il richiedente nel caso di chiamate relative a nuove forniture;
 - b) il servizio a cui si riferisce la chiamata (servizio elettrico o gas o entrambi);
 - c) il motivo della chiamata;
 - d) il recapito telefonico e il recapito di fatturazione (indirizzo postale).
- 14.3 In esito all'indagine di soddisfazione dei clienti, per ogni venditore è determinato un valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione dei clienti ICS, variabile tra 0 e 100 e comprensivo delle valutazioni dei diversi fattori di qualità considerati

dall'indagine, determinato come valore minimo di un intervallo unilatero di confidenza al 95% di probabilità.

- 14.4 I venditori di cui all'articolo 21, comma 21.1, lettera a), possono, con modalità definite con determinazione del Direttore della Direzione consumatori e qualità del servizio dell'Autorità, compartecipare alla realizzazione dell'indagine di soddisfazione dei clienti aumentando, a proprie spese, il numero di interviste effettuate rispetto al minimo assicurato dall'Autorità. In tal caso, l'intervallo di confidenza di cui al comma precedente è valutato sul campione complessivo di interviste effettuate, pari alla somma del minimo di interviste assicurato dall'Autorità più il numero di interviste effettuate a spese del venditore.
- 14.5 I venditori di cui all'articolo 21, comma 21.1, lettera b), possono richiedere di partecipare volontariamente all'indagine di soddisfazione dei clienti di cui al comma 14.1, per una durata non inferiore a 4 semestri, compartecipando alla realizzazione dell'indagine secondo quanto disposto dal precedente comma. I venditori di cui all'articolo 21, comma 21.1, lettera c) che si avvalgono di tale facoltà attuano quanto disposto dall'articolo 13 e agli stessi si applicano le norme di cui agli articoli da 15 a 19 del presente provvedimento. L'istanza di partecipazione è presentata con modalità e termini definiti con determinazione del Direttore della Direzione consumatori e qualità del servizio dell'Autorità.

Titolo V – Punteggi di qualità dei call center

Articolo 15

Punteggio globale della qualità del call center

- 15.1 Tenuto conto di quanto stabilito dall'articolo 21, comma 21.1, sulla base dei dati comunicati all'Autorità semestralmente da ogni venditore di energia elettrica e di gas ai sensi dell'articolo 13, comma 13.1, e attraverso l'acquisizione dei risultati delle indagini di soddisfazione dei clienti di cui all'articolo 14 viene calcolato a cadenza semestrale per ogni venditore un punteggio globale della qualità del *call center* (IQT), finalizzato alla valutazione comparativa della qualità dei *call center*.
- 15.2 Il punteggio globale della qualità del *call center* IQT è calcolato, con approssimazione al primo decimale, mediante la seguente formula:

$$IQT = [(P_A + P_Q) / (P_A + P_Q)_{max} \times 100] \times 0,7 + P_{SC} \times 0,3$$

dove:

- P_A è il punteggio conseguito dal venditore di energia elettrica e di gas per la fase di accesso al servizio, come indicato al successivo articolo 16;
- P_Q è il punteggio conseguito dal venditore di energia elettrica e di gas per la fase di qualità del servizio come indicato al successivo articolo 17;
- $(P_A + P_Q)_{max}$ è il miglior valore conseguito nel periodo considerato da un venditore di energia elettrica e di gas per la somma dei punteggi P_A e P_Q ;
- P_{SC} è il punteggio conseguito dal venditore di energia elettrica e di gas in base agli esiti dell'indagine di soddisfazione dei clienti come indicato al successivo articolo 18.

Articolo 16

Punteggio per l'accesso al servizio

- 16.1 Nella tabella B sono riportati gli indicatori e le caratteristiche che danno luogo al punteggio parziale per l'accesso al servizio (P_A).
- 16.2 Il punteggio P_A è maggiore di zero e viene calcolato sulla base dei valori riportati in tabella B solo nel caso in cui il venditore di energia elettrica e di gas rispetti lo standard generale di qualità relativo all'indicatore accessibilità al servizio (AS) ai sensi di quanto previsto dall'articolo 9, comma 9.2.

Tabella B – Punteggio per l'accesso al servizio (P_A)

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo	Punteggio
Accessibilità al servizio	Valore medio semestrale dell'indicatore AS (accessibilità al servizio)	2 punti per ogni 1% in più rispetto allo standard generale
Disponibilità del servizio con operatore	Apertura del call center per orari con numero di ore settimanali superiori al minimo fissato dall'obbligo di servizio	3 punti per ogni 5 ore settimanali in più rispetto al minimo fissato dall'obbligo di servizio
	Apertura del call center al sabato per almeno 4 ore (anche in aggiunta alla caratteristica precedente)	3 punti
Multicanalità	Presenza di almeno uno o più sportelli fisici, con orario complessivo di apertura di almeno 35 ore complessive alla settimana, per ogni provincia nella quale il venditore serve più di 20.000 clienti finali al 31 dicembre dell'anno precedente	10 punti
Gratuità completa	Chiamate completamente gratuite anche da rete mobile	5 punti

Articolo 17

Punteggio per la qualità servizio

- 17.1 Nella tabella C sono riportati gli indicatori e le caratteristiche che danno luogo al punteggio parziale per la qualità del servizio (P_Q).

Tabella C – Punteggio per la qualità del servizio (P_Q)

Indicatore o caratteristica	Livello effettivo	Punteggio
Tempo di attesa	Valore medio semestrale della percentuale delle chiamate di clienti che hanno richiesto di parlare con un operatore con tempo di attesa inferiore a 180 secondi	1 punto per ogni 1% in più rispetto al 75% 2 punti per ogni 1% in più rispetto al 90%
Livello di servizio	Valore medio semestrale dell'indicatore LS (livello di servizio)	2 punti per ogni 1% in più rispetto allo standard generale
Facilità di navigazione	Rispetto di quanto previsto dall'articolo 4, comma 4.1, lettera b), per il primo livello dell'albero fonico	10 punti
Efficacia dei servizi automatici dispositivi	Valore medio semestrale dell'indicatore RR \geq 60%	1 punto per ogni 2% in più rispetto al 60%
Servizi <i>on line</i> in aggiunta al <i>call center</i>	Presenza di un portale internet per l'offerta di servizi dispositivi con funzionalità web self-service (in aggiunta al canale telefonico)	10 punti per offerta di servizi dispositivi <i>on line</i> , diversi dall'autolettura
Partecipazione delle associazioni	Iniziative congiunte con le associazioni dei consumatori ai sensi dell'articolo 10, comma 10.6 avviate nel semestre	10 punti
Gestione di code per picchi di chiamate	Possibilità di essere richiamati a scelta del cliente	5 punti
	Segnalazione del numero di chiamate che precedono in coda (anche in aggiunta alla caratteristica precedente)	2 punti

17.2 Il punteggio P_Q è maggiore di zero e viene calcolato sulla base dei valori riportati in tabella C solo nel caso in cui il venditore di energia elettrica e di gas rispetti entrambi gli standard generali di qualità relativi agli indicatori tempo medio di attesa (TMA) e livello di servizio (LS) ai sensi di quanto previsto dall'articolo 9, comma 9.2.

Articolo 18

Punteggio conseguito per la soddisfazione dei clienti

18.1 Il punteggio P_{CS}, correlato agli esiti dell'indagine di soddisfazione dei clienti, è pari per ciascun venditore al rapporto tra il valore dell'indice complessivo di soddisfazione ICS, stimato per ogni venditore come indicato all'articolo 14, commi 14.3 e 14.4, e il miglior valore stimato dell'indice complessivo di soddisfazione risultante dall'indagine, moltiplicato per 100.

Articolo 19

Graduatoria dei punteggi globali

19.1 Il venditore ha facoltà di comunicare all'Autorità, con gli stessi termini di cui all'articolo 13, i livelli delle caratteristiche ulteriori di cui all'articolo 10 per le quali è nelle condizioni di acquisire punteggi. Nel caso il venditore intenda avvalersi di detta facoltà, ha l'obbligo di registrare le informazioni e i dati necessari a rendere verificabili le caratteristiche ulteriori per le quali acquisisce punteggi.

19.2 Sulla base dei punteggi globali della qualità dei *call center* IQT assegnati ad ogni venditore di energia elettrica e di gas viene stilata a cadenza semestrale una graduatoria

di IQT in ordine decrescente, evidenziando anche i punteggi parziali (P_A , P_Q e P_{SC}); la graduatoria viene pubblicata sul sito internet dell'Autorità a partire dal 1° gennaio 2009.

Titolo VI – Disposizioni finali

Articolo 20

Abrogazioni

- 20.1 A partire dal 1° gennaio 2008 sono abrogati:
- a) con riferimento all'Allegato alla deliberazione 30 gennaio 2004, n. 4/04, l'articolo 63, l'articolo 70, commi 70.5 e 70.6, e l'articolo 72, comma 72.5.
 - b) con riferimento all'Allegato alla deliberazione 29 settembre 2004, n. 168/04, l'articolo 49, l'articolo 56, comma 56.4, e l'articolo 58, comma 58.4.

Articolo 21

Disposizioni transitorie e finali

- 21.1 Gli standard generali di qualità dei *call center* e gli obblighi di servizio di cui al presente provvedimento si applicano:
- a) dal 1° gennaio 2008 per i venditori con più di 100.000 clienti finali alimentati in bassa tensione e/o in bassa pressione al 31 dicembre 2006;
 - b) dal 1° luglio 2008 per i venditori con più di 50.000 clienti finali alimentati in bassa tensione e/o in bassa pressione al 31 dicembre 2007;
 - c) dal 1° gennaio 2009 per tutti gli altri venditori con l'esclusione degli articoli 13, 14, 15, 16, 17, 18 e 19.
- 21.2 Nel caso di superamento delle soglie dimensionali indicate al precedente comma, i corrispondenti obblighi di attuazione decorrono:
- a) dall'1 gennaio dell'anno successivo a quello in cui il venditore supera la predetta soglia, per superamento avvenuto prima dell'1 luglio dell'anno precedente;
 - b) dall'1 luglio dell'anno successivo a quello in cui il venditore supera la predetta soglia, per superamento avvenuto a far data dell'1 luglio dell'anno precedente.
- 21.3 In fase di prima attuazione con riferimento all'anno 2008, il Titolo V si applica al secondo semestre di tale anno.