

Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 45, comma 3 del decreto legislativo n. 93/11 e della deliberazione dell'Autorità 19 dicembre 2023, 598/2023/E/com

1. Soggetto proponente

Alleanza luce & gas S.p.A. ("ALG" o la "Società"), con sede legale in Bologna (BO), Via Trattati Comunitari 1957-2007, n. 13, 40127, P.IVA 03386091205 – R.E.A. di Bologna – 515162.

2. Numero del procedimento e fattispecie contestata

Determinazione DSAI/12/2025/COM, del 26 maggio 2025 (il "Provvedimento di Avvio"), recante "Avvio di procedimenti sanzionatori nei confronti di otto venditori di energia elettrica e gas naturale per violazioni in materia di informazioni precontrattuali ai clienti finali" (il "Procedimento").

Il Procedimento è stato avviato con riferimento all'asserita violazione da parte della Società degli obblighi informativi da soddisfare ai sensi del Codice di Condotta Commerciale ARERA ("Codice di Condotta") nell'ambito delle attività precontrattuali volte alla promozione dei contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale attraverso il canale telefonico.

In particolare, ALG avrebbe asseritamente violato:

- l'art. 5.1, lett. b) del Codice di Condotta, che prescrive agli operatori "di comunicare al cliente finale [...] i corrispettivi unitari dovuti in misura fissa esclusivamente in euro/anno per ciascun punto di riconsegna (PdR) nel caso di fornitura di gas naturale o punto di prelievo (POD) nel caso di fornitura di energia elettrica";
- l'art. 5.1., lett. d) del Codice di Condotta, secondo il quale "per i corrispettivi soggetti a indicizzazione" deve essere comunicata "la frequenza dei possibili aggiornamenti e devono essere fornite una descrizione sintetica dell'eventuale criterio di indicizzazione, l'indicazione del valore unitario massimo raggiunto dal corrispettivo nel corso degli ultimi dodici mesi e l'indicazione del periodo durante il quale tale valore massimo è stato applicato";
- l'art. 6.1, lett. a) del Codice di Condotta, che prescrive agli operatori "di comunicare al cliente finale [...] la spesa annua complessiva come risultante dall'applicazione su base annua di tutti i corrispettivi dovuti dal cliente finale in relazione all'esecuzione del contratto di fornitura";
- gli artt. 9.1., lett. c) e f) del Codice di Condotta, che prescrivono "l'obbligo del venditore di fornire al cliente finale determinate informazioni, tra cui: "i principali contenuti del contratto di cui al comma 11.1, lettere da c. a h.", quali ad esempio le condizioni economiche dell'offerta

contrattuale, le forme di garanzia eventualmente richieste al cliente medesimo nonché le modalità di pagamento e fatturazione [...], la durata delle condizioni economiche [e] le relative modalità di rinnovo”.

3. Dichiarazione di cessazione della condotta contestata

La Società dichiara che le condotte contestate devono considerarsi già cessate.

Tenuto conto che, per la promozione per via telefonica delle offerte di somministrazione di energia elettrica e di gas naturale, la Società non si avvale di società terze e che gli unici soggetti deputati alla gestione dei contatti *inbound* sono dipendenti con contratto di lavoro subordinato, ALG – per sanare gli asseriti profili di carenza informativa riscontrati nel Provvedimento di Avvio – ha tempestivamente provveduto:

i. **Ad elaborare uno *script*** (del quale si depositano *sub Allegato 1* le sezioni rilevanti ai fini delle contestazioni mosse da ARERA) che è utilizzato dai propri dipendenti deputati alla promozione per via telefonica delle offerte di somministrazione di energia elettrica e di gas naturale nell’ottica di fornire dettagliatamente le informazioni precontrattuali che, sulla base del Provvedimento di Avvio, sarebbero state fornite in maniera incompleta o errata. In particolare, relativamente all’asserita violazione degli artt. 5, comma 1, lett. b), 5, comma 1, lett. d) e 6, comma 1, lett. a), ALG ha strutturato gli *script* in modo tale da prospettare in maniera ancor più chiara al cliente finale:

- i corrispettivi unitari dovuti in misura fissa esclusivamente in euro/anno per ciascun punto di riconsegna (PdR) nel caso di fornitura di gas naturale o punto di prelievo (POD) nel caso di fornitura di energia elettrica;
- per i corrispettivi soggetti a indicizzazione, le modalità di definizione e frequenza dei possibili aggiornamenti, l’indicazione del valore unitario massimo raggiunto dal corrispettivo nel corso degli ultimi dodici mesi e l’indicazione del periodo durante il quale tale valore massimo è stato applicato;
- le modalità di calcolo della stima della spesa complessiva come risultante dall’applicazione, su base annua, di tutti i corrispettivi dovuti dal cliente finale ai sensi del contratto di fornitura. A tali fini, lo *script* inviterà i dipendenti a consultare il Portale Offerte dell’ARERA.

Per quanto attiene alle asserite criticità riscontrate in relazione agli obblighi di cui agli artt. 9, comma 1, lett. c) e 9, comma, 1 lett. f), inoltre, sono state opportunamente indicate negli *script* le

seguenti informazioni:

- la durata del contratto e delle condizioni economiche e le relative modalità di rinnovo;
 - le modalità di pagamento del servizio e le forme di garanzia eventualmente richieste a seconda del metodo di pagamento prescelto.
- ii. Ad inviare ai dipendenti che si occupano della gestione delle attività di prospezione telefonica delle offerte luce e/o gas una comunicazione (che si deposita *sub Allegato 2*) con la quale è stato espressamente richiesto a questi ultimi di attenersi allo *script* in occasione di domande specifiche poste dai potenziali clienti nel corso dei contatti telefonici e di fornire tutte le informazioni richieste in fase precontrattuale dal Codice di Condotta.

4. Considerazioni in merito all'utilità degli impegni a ripristinare l'assetto degli interessi anteriore alla violazione o ad eliminare, almeno in parte, eventuali conseguenze immediate e dirette della violazione

Gli impegni presentati dalla Società a mezzo del presente formulario sono preordinati ad assicurare una piena tutela degli interessi asseritamente violati dei consumatori, senza tuttavia rappresentare alcuna forma di acquiescenza, riconoscimento e/o ammissione di responsabilità da parte della Società.

1. **Impegno n. 1:** ALG si impegna ad implementare un piano formativo straordinario nei confronti di tutti i propri dipendenti addetti alle chiamate *inbound* avente ad oggetto, tra gli altri aspetti, le informazioni precontrattuali che devono essere fornite ai potenziali clienti ai sensi della regolazione di settore e del Codice di Condotta.

2. **Impegno n. 2:** ALG si impegna ad adottare specifici strumenti di monitoraggio e controllo al fine di verificare puntualmente che i propri dipendenti rispettino la regolazione di settore e il Codice di Condotta nella gestione delle chiamate *inbound*, implementando attività straordinarie sia di ascolto contestuale sia di analisi differita che di *mystery call*. Tali strumenti, che si aggiungono a quelli già previsti, sono altresì finalizzati sia a verificare i risultati della formazione straordinaria assunta come Impegno n. 1, che costituiranno un *feedback* utile per i dipendenti e per il perfezionamento dei successivi contenuti delle attività formative medesime, sia che la gestione delle chiamate *inbound* assicuri chiarezza, completezza e trasparenza nella rappresentazione delle offerte.



3. **Impegno n. 3:** ALG si impegna ad implementare una campagna informativa di durata triennale volta a potenziare la consapevolezza dei consumatori sui meccanismi di funzionamento del mercato energetico. Il progetto, in particolare, si propone di colmare le asimmetrie informative attraverso un'attività strutturata di informazione e orientamento dei consumatori. L'iniziativa mira a promuovere comportamenti proattivi e informati, in linea con la normativa vigente, e avrà come *focus* specifico la comprensione di alcuni temi critici quali, a titolo esemplificativo, la bolletta, le condizioni tecnico-economiche dei contratti di fornitura, l'utilizzo del Portale Offerte, oltre a fornire strumenti concreti volti alla prevenzione delle c.d. truffe telefoniche.

Il valore complessivo degli impegni proposti ammonta a circa

La Società ritiene che, alla luce delle contestazioni mosse, gli impegni proposti siano idonei a ripristinare l'assetto degli interessi anteriore alle asserite violazioni e ad eliminarne i presunti effetti, in quanto:

- prevedono un piano di formazione specifico e straordinario dei dipendenti preposti alla gestione delle chiamate *inbound* e un altrettanto specifico monitoraggio, articolato in un doppio controllo: ascolto contestuale e ascolto in differita delle chiamate *inbound*, ovvero delle chiamate ricevute;
- contribuiscono a rafforzare la trasparenza dell'intero sistema, riducendo le asimmetrie informative e promuovendo scelte consapevoli da parte dei consumatori.

In particolare, lato venditore, il nesso funzionale tra l'Impegno 1 e l'Impegno 2 garantisce il costante aggiornamento del materiale formativo alla luce degli esiti delle attività di monitoraggio, così da garantirne l'effettività e il pronto adeguamento nel caso in cui dovessero emergere criticità nella gestione delle chiamate *inbound*. Al contempo, lato consumatore, l'Impegno 3 corona il set di misure proposte dalla Società andando ad incidere direttamente sul grado di consapevolezza e di conoscenza dei consumatori, con evidenti benefici per l'intero sistema.

5. Descrizione degli impegni proposti

Impegno n. 1:

a) Descrizione di dettaglio degli obblighi che il proponente si dichiara disposto ad assumere

La Società si impegna:

- i. a implementare un piano formativo specifico della durata di 5 anni a favore dei propri dipendenti preposti alla gestione delle chiamate *inbound*, articolato in una formazione iniziale intensiva e in una formazione periodica di mantenimento, con *test* continuativi con cadenza quadrimestrale per i primi 3 anni e semestrale per gli ultimi 2 anni; dette sessioni formative avranno ad oggetto, tra gli altri aspetti, le puntuali informazioni che devono essere rese ai sensi del Codice di Condotta; e
- ii. ad effettuare attività di formazione straordinaria nei confronti dei propri dipendenti preposti alla gestione delle chiamate *inbound*, in occasione di eventuali modifiche normative/regolamentari, così da assicurarne l'aggiornamento costante e, per questa via, garantire la corretta gestione delle chiamate *inbound* anche in concomitanza con modifiche del quadro normativo/regolamentare di riferimento.

Tali attività di formazione saranno erogate anche avvalendosi del supporto di società terze dotate delle necessarie competenze tecniche.

Resta inteso che le attività di formazione saranno erogate agli attuali dipendenti della Società e anche al personale che ALG dovesse assumere nel periodo di vigenza del presente impegno, prima dell'avvio delle relative attività lavorative.

La conduzione delle sessioni formative seguirà un approccio ibrido tra formazione teorica e formazione pratica ove si prevede l'ascolto insieme al personale della Società di alcuni esempi di chiamate *inbound*, dando evidenza dei casi in cui la conversazione è stata gestita indicando correttamente e chiaramente tutte le informazioni previste dal Codice di Condotta Commerciale ARERA e dei casi in cui sono stati invece commessi errori di comunicazione o sono stati riscontrati profili di non conformità regolatoria.

A conclusione di ogni sessione di formazione, verranno somministrati dei *test* di verifica mediante questionari chiusi (a risposta multipla) per verificare il corretto apprendimento dei contenuti da parte dei dipendenti.

Ad esito delle attività formative e della somministrazione dei *test* di verifica, verrà redatto un apposito *report* in cui verranno analizzate le eventuali criticità riscontrate e verranno proposte alcune azioni correttive (tra cui, a titolo esemplificativo, l'erogazione di sessioni di formazione supplementari, collettive o dedicate, oltre che la condivisione tempestiva con i dipendenti dei relativi esiti).

b) Costi previsti

Tenuto conto che le attività di formazione verranno erogate, almeno per il primo anno, con il supporto di [REDACTED], il costo stimato per le diverse attività di formazione di cui al presente impegno, per la somministrazione dei *test* di verifica e per la redazione dei relativi *report* è pari a [REDACTED] per il primo anno e indicativamente intorno a [REDACTED] l'anno per le annualità successive alla prima, per un totale di [REDACTED] (a tal proposito, si veda il preventivo di [REDACTED] accluso *sub Allegato 4*)

c) Tempi di attuazione e durata degli impegni

Le attività di formazione saranno avviate entro 75 giorni dalla notifica del provvedimento con cui saranno eventualmente approvati e resi obbligatori gli impegni e si protrarranno per un periodo complessivo di 5 anni.

d) Considerazioni in merito alla utilità degli impegni al più efficace perseguimento degli interessi tutelati dalle disposizioni che si assumono violate

L'impegno proposto risulta essere adeguato ad assicurare il rispetto di livelli di qualità sempre più elevati nella gestione delle chiamate *inbound* da parte della Società.

Impegno n. 2:

a) Descrizione di dettaglio degli obblighi che il proponente si dichiara disposto ad assumere

ALG si impegna ad adottare specifici strumenti di monitoraggio e controllo, nella forma di attività di ascolto contestuale e di analisi differita, volti a verificare i risultati della formazione straordinaria assunta come Impegno n. 1, che costituiranno un *feedback* utile per i dipendenti e per il perfezionamento dei successivi contenuti delle attività formative medesime. Tali strumenti sono altresì finalizzati a verificare che la gestione delle chiamate *inbound* assicuri chiarezza, completezza e trasparenza nella rappresentazione delle offerte commerciali.

Al fine di assicurare l'efficacia di tali previsioni, ALG si impegna ad adottare le seguenti misure di monitoraggio sistematico dell'operato dei propri dipendenti:

- controlli a campione con [REDACTED] attraverso l'ascolto contestuale di [REDACTED] chiamate *inbound* [REDACTED] da parte di un *team* interno *ad hoc* [REDACTED] che si avvarrà altresì del supporto di una società esterna dotata delle necessarie competenze tecniche (ossia [REDACTED]);
- attività di analisi differita delle trascrizioni delle chiamate *inbound* ricevute dalla Società. Tale

attività interesserà un numero di trascrizioni variabile, in ogni caso pari ad almeno [REDACTED] in termini di tempo di chiamata, e sarà svolta anche avvalendosi del supporto di una società esterna dotata delle necessarie competenze tecniche e specificamente selezionata allo scopo ([REDACTED])¹;

- attività di *mystery call*, [REDACTED], consistenti in un ciclo di [REDACTED] chiamate, in cui verrà valutata la correttezza delle informazioni rese e la loro conformità al dettato regolatorio. Tali attività saranno condotte in modo tale da verificare con particolare grado di dettaglio le informazioni rese durante le conversazioni telefoniche e simuleranno l'interesse di un ipotetico potenziale cliente per una o più specifiche offerte della Società attraverso la formulazione di domande mirate circa i loro requisiti e sollecitazioni volte a valutare la conformità della conversazione in condizioni non lineari. Tale attività sarà svolta anche avvalendosi del supporto di una società esterna dotata delle necessarie competenze tecniche e selezionata allo scopo (ossia [REDACTED]).

Gli esiti di tali attività di verifica confluiranno in un *report* trimestrale analitico e in un *report* annuale sintetico in cui verranno evidenziate le eventuali criticità emerse nell'ambito delle sopra indicate attività di monitoraggio e controllo tenuto conto:

- del rispetto dei requisiti regolatori;
- della completezza dell'informativa resa e della competenza/preparazione degli operatori;
- del corretto utilizzo degli strumenti informativi messi a disposizione dalla Società (come, ad esempio, lo *script* aggiornato);
- della prontezza e capacità di articolazione delle risposte ai quesiti posti dai potenziali clienti.

Tale analisi sarà propedeutica a individuare e a risolvere prontamente eventuali elementi di criticità riscontrati durante la gestione delle chiamate *inbound* e a rimodulare le attività di formazione periodica di cui all'Impegno 1.

In particolare, le attività di formazione periodica verranno modificate/integrate/rafforzate a seconda degli esiti delle attività di monitoraggio, così da assicurarne l'effettività e l'efficacia.

[REDACTED]

b) Costi previsti

Il costo stimato per le diverse attività di monitoraggio, controllo e reportistica di cui al presente impegno è pari a circa [REDACTED] all'anno, come risulta dal preventivo ricevuto da [REDACTED] (accluso *sub Allegato 4*). A tale importo andranno in ogni caso sommati i costi necessari all'implementazione delle necessarie soluzioni tecniche, quantificabili in circa [REDACTED] all'anno.

Tenuto conto della durata dell'impegno di seguito indicata, il costo totale per l'attuazione del presente impegno ammonta a [REDACTED]

c) Tempi di attuazione e durata degli impegni

la Società ritiene di poter avviare le attività di ascolto contestuale e di *mystery call* entro 75 giorni dalla eventuale notifica del provvedimento con cui verranno resi obbligatori gli impegni.

Con riferimento invece all'analisi differita delle trascrizioni delle chiamate *inbound*, tenuto conto delle tempistiche necessarie all'implementazione delle soluzioni tecniche e allo sviluppo dei sistemi informatici, la Società stima di poter iniziare detta attività dal mese di ottobre 2026.

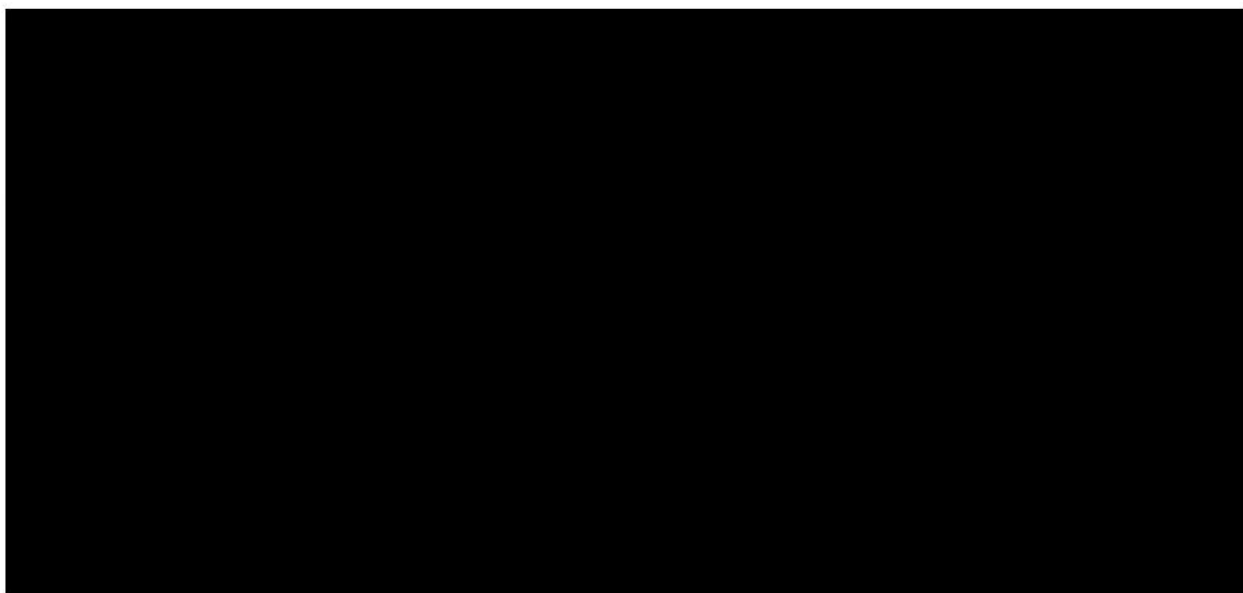
Per quanto riguarda la durata, la Società si impegna a effettuare tutte le suddette attività di monitoraggio per 5 anni dalla data di eventuale notifica del provvedimento con cui verranno resi obbligatori gli impegni.

d) Considerazioni in merito alla utilità degli impegni al più efficace perseguimento degli interessi tutelati dalle disposizioni che si assumono violate

Il presente impegno ha lo scopo di garantire un presidio straordinario sull'attività svolta dal personale incaricato della gestione delle chiamate *inbound* ovvero delle chiamate ricevute dai consumatori.

Impegno n. 3:

a) Descrizione di dettaglio degli obblighi che il proponente si dichiara disposto ad assumere



Tutto ciò premesso, la Società si impegna a implementare un progetto strutturato di informazione e orientamento avente lo scopo di ridurre le asimmetrie informative esistenti tra le società di vendita e i consumatori e a fornire a questi ultimi strumenti pratici per esprimere delle scelte di consumo consapevoli e conoscere appieno i propri diritti, soprattutto nella fase che precede la sottoscrizione dei contratti di fornitura. La finalità, inoltre, è anche quella di fornire ai clienti finali strumenti informativi adeguati al fine di prevenire condotte commerciali scorrette o ingannevoli.

A tal fine, l'attività divulgativa che ALG si impegna a realizzare si concentrerà su quattro aree tematiche critiche per il consumatore finale:

- **comprensione della bolletta:** a seguito delle novità introdotte a partire da luglio 2025, il progetto supporterà i consumatori nella lettura del nuovo *format* di bolletta, con un *focus* su comprensione dei dati relativi ai consumi, ai corrispettivi applicati e alla gestione delle eventuali situazioni di morosità;
- **trasparenza contrattuale e condizioni tecnico-economiche:** verranno forniti ai consumatori strumenti e informazioni per comprendere la composizione del contratto di fornitura e, specificamente, per assicurare la corretta comprensione delle condizioni tecnico-economiche, anche tenuto conto dei prossimi aggiornamenti normativi che dovessero intervenire;
- **tutela contro le pratiche scorrette inerenti alle chiamate indesiderate:** un modulo specifico della campagna sarà dedicato alla prevenzione delle chiamate indesiderate e delle pratiche scorrette messe in atto da "finti" fornitori, educando il cliente finale sulle procedure corrette per il cambio offerta o la modifica delle proprie condizioni economiche di fornitura;

- **promozione del c.d. Portale Offerte:** informazione e incentivazione all'utilizzo del Portale Offerte quale strumento istituzionale essenziale per confrontare in modo trasparente e oggettivo le offerte disponibili sul mercato.

Per garantire l'autorevolezza e la prossimità della campagna informativa rispetto al proprio bacino di utenza, ALG ha individuato come *partner* strategico per l'implementazione del progetto l'associazione "Casa del Consumatore" ("**Casa del Consumatore**" o "**Associazione**"). Tale scelta è motivata dalla capillare presenza dell'associazione sul territorio nazionale

Quanto ai canali di diffusione del progetto informativo, la campagna si svolgerà attraverso presidi sia fisici che digitali, ossia:

- eventi formativi:** Casa del Consumatore organizzerà, presso le proprie sedi associative o in luoghi appositamente individuati, alcuni seminari di approfondimento, aperti a chiunque sia interessato (sia agli iscritti che ai non iscritti all'Associazione). Tali seminari avranno una durata di circa tre ore ciascuno e si concentreranno su una delle quattro aree tematiche sopra descritte con l'obiettivo di fornire, anche grazie all'intervento di esponenti dell'Associazione esperti del settore, ai partecipanti gli strumenti necessari per essere resi edotti circa le tematiche sopra indicate.

Casa del Consumatore organizzerà un totale di 10 eventi formativi per ogni anno di validità del presente impegno (per un totale quindi di 30 eventi formativi nell'arco del triennio). Più in dettaglio,

Casa del Consumatore organizzerà, per ogni anno² del triennio di validità del presente impegno:

- in 2 eventi formativi a 1 evento formativo a ;
- in 3 eventi formativi a ;
- nelle 1 evento formativo a ;

² Per quanto riguarda il 2026, gli eventi formativi verranno concentrati nel periodo giugno-dicembre, chiaramente previa ricezione dell'eventuale provvedimento di approvazione degli impegni da parte di ARERA.

- nel [REDACTED], 1 evento formativo a [REDACTED] e 2 eventi formativi a [REDACTED]

Le attività formative oggetto dei singoli eventi sopra descritti saranno erogate da un esponente dell'Associazione esperto nel settore energetico che si occuperà anche di distribuire materiali riepilogativi dei contenuti trattati nell'evento (ad es. *flyer* o *brochure*).

Nella prospettiva di incentivare la più ampia partecipazione possibile dei consumatori, l'Associazione si occuperà anche di pubblicizzare gli eventi formativi, oltre che tramite i propri *social network* e/o tramite inserzioni sui quotidiani locali, anche inviando una *newsletter* ai propri iscritti presenti nell'area geografica in cui verranno organizzati i seminari.

- ii. **podcast:** Casa del Consumatore si occuperà altresì di realizzare alcuni *podcast* aventi ad oggetto le aree tematiche identificate per la campagna formativa che pubblicherà tramite i propri canali. Più in dettaglio, verranno realizzati e pubblicati 4 *podcast*, ciascuno della durata di circa 30 minuti, per ogni anno del triennio di validità della campagna informativa (cioè 2026, 2027 e 2028). I *podcast* saranno realizzati da soggetti individuati dall'Associazione, esperti del settore energetico.

Al fine di assicurare la più ampia diffusione a tali *podcast*, l'Associazione invierà una *newsletter* ai propri associati sul territorio nazionale ed effettuerà attività di promozione degli stessi nelle regioni di maggiore concentrazione della clientela ALG [REDACTED]

Considerata l'ormai ampia diffusione dei *podcast* quale strumento informativo dei consumatori, si ritiene che tale misura consenta di ottimizzare l'efficacia della campagna informativa nel suo complesso, rendendo fruibili i relativi contenuti anche tramite strumenti alternativi al seminario, ciò che consente di intercettare anche i consumatori che, pur essendo interessati ai temi trattati, non hanno potuto partecipare all'evento formativo in presenza.

Si precisa infine che, per garantire il raggiungimento dell'obiettivo prefissato con la realizzazione della predetta campagna informativa, ALG provvederà a concordare preliminarmente con Casa del Consumatore tutte le attività che verranno svolte e a verificare e validare preventivamente i contenuti trattati e i materiali forniti ai sensi di quanto sopra descritto. ALG provvederà inoltre a presentare ad ARERA una rendicontazione annuale dettagliata, che consenta all'Autorità di verificare il raggiungimento degli obiettivi e la coerenza del progetto con gli impegni assunti.

La Società dichiara inoltre che nel materiale della predetta campagna non comparirà alcun riferimento (ragione sociale, logo, *link* al sito, etc.), neanche indiretto, ad ALG o a sue controllate o collegate,

nonché all'Autorità.

La Società dichiara altresì che i dati dei consumatori eventualmente acquisiti, anche dall'Associazione Casa del Consumatore, durante le predette campagne di comunicazione resteranno nella esclusiva disponibilità della medesima Associazione e non potranno essere ceduti ad ALG o altro soggetto operante nel settore dell'energia elettrica e del gas naturale, né potranno essere usati per attività di *marketing* o di vendita.

b) Costi previsti

ALG si impegna a stanziare un *budget* complessivo di [REDACTED] per il triennio 2026/2028 per la realizzazione della campagna informativa e l'implementazione delle attività di validazione preliminare e reportistica sopra descritte.

c) Tempi di attuazione e durata degli impegni

Il presente impegno sarà attuato entro 90 giorni dalla data di notifica della deliberazione di approvazione dei presenti impegni.

Il progetto informativo verrà sviluppato nel corso del triennio 2026/2028.

d) Considerazioni in merito alla utilità degli impegni al più efficace perseguimento degli interessi tutelati dalle disposizioni che si assumono violate

L'impegno proposto è idoneo a ridurre le asimmetrie informative esistenti tra le società di vendita e i consumatori e a promuovere scelte di consumo consapevoli, rafforzando in questo modo la trasparenza dell'intero sistema.

6. Esigenza di riservatezza e segretezza

Il presente formulario contiene dati e informazioni riservati la cui divulgazione a terzi potrebbe arrecare grave e irreparabile pregiudizio alla Società. Per tale ragione, si chiede di mantenere riservate le informazioni in merito all'operatività/processi interni di ALG e ai costi previsti per l'attuazione delle misure. Si allega una versione non confidenziale del formulario stesso (che si deposita *sub Allegato 5*).

Con riferimento invece ai documenti da 1 a 4 allegati al presente formulario, si richiede che gli stessi vengano mantenuti integralmente riservati in quanto contengono informazioni riservate attinenti all'operatività di ALG, la cui divulgazione arrecherebbe un grave e irreparabile pregiudizio alle prerogative, anche commerciali, della Società.



Si resta a disposizione per ogni chiarimento.

Avv. Piero Fattori

Avv. Giuseppe Velluto

Avv. Matteo Padellaro

Avv. Elena Dalla Pozza

Avv. Giorgio Blandino

Si allega:

Doc. 1: *Script* forniti agli addetti alle chiamate *inbound*;

Doc. 2: Comunicazione agli addetti alle chiamate *inbound*;

Doc. 3: ;

Doc. 4: ;

Doc. 5: Versione non confidenziale del formulario impegni.