11.11.2026 11:16:58 UTC
11.11.2026 20:11:26 UTC

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**

Sorgenia S.p.A. ("**Sorgenia**" o la "**Società**"), con sede legale in Milano (MI) - 20148, Via Alessandro Algardi n. 4, P.IVA 12874490159 – Codice Fiscale e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano Monza Brianza Lodi n. 07756640012.

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 Commerciale**") 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, Sorgenia avrebbe asseritamente violato:

- gli **artt. 5.1, lett. b) e d)** del Codice di Condotta Commerciale, che prescrivono 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* [...]*;*
  - *in caso di corrispettivi soggetti a indicizzazione, la frequenza dei possibili aggiornamenti, 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 Commerciale, 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), f) e g)** del Codice di Condotta Commerciale, 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* […], *nonché le informazioni sui diritti dei consumatori* […], *tra cui la possibilità per i clienti vulnerabili dell'energia elettrica di scegliere, in alternativa alle offerte del mercato libero, le condizioni contrattuali ed economiche definite dall'Autorità (servizio di maggior tutela)*".

3. <u>Dichiarazione di cessazione della condotta contestata</u>

<u>La Società dichiara che, a seguito delle azioni intraprese immediatamente a valle della notifica del Provvedimento di Avvio, le condotte contestate devono considerarsi cessate.</u>

In questo senso, si evidenzia infatti che la Società ha provveduto **ad adeguare e aggiornare i materiali informativi** forniti al Contact Center incaricato della messa a disposizione per via telefonica delle informazioni relative alle offerte di somministrazione di energia elettrica e di gas naturale in modo da sanare subito gli asseriti profili di incompletezza riscontrati nel Provvedimento di Avvio. Si deposita *sub* **Allegato 1** un modello di scheda informativa che è stata fornita al Contact Center a conferma della circostanza che all'interno dello stesso vengono indicate, in modo preciso e puntuale, tutte le informazioni precontrattuali che sarebbero asseritamente state fornite in maniera incompleta o errata.

Più in particolare, in coerenza con quanto previsto dagli artt. 5, comma 1, lett. b) e d) e 6, comma 1, lett. a), i nuovi materiali informativi messi a disposizione del Contact Center di Sorgenia prospettano in maniera ancor più chiara al potenziale cliente:

- i corrispettivi unitari dovuti in misura fissa <u>esclusivamente</u> 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;

- in caso di corrispettivi soggetti a indicizzazione, la frequenza dei possibili aggiornamenti, 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;
- la stima della spesa annua complessiva come risultante dall'applicazione di tutti i corrispettivi dovuti dal cliente finale in relazione all'esecuzione del contratto di fornitura.

Invece, per quanto riguarda gli obblighi di cui all'art. 9 comma 1, lettere c), f) e g), i materiali informativi sono stati opportunamente integrati affinché indicassero ancor più chiaramente:

- le condizioni contrattuali del servizio di fornitura, la durata del contratto e delle condizioni economiche e le relative modalità di rinnovo[1];
- le modalità per la determinazione delle eventuali variazioni e/o adeguamenti automatici dei corrispettivi nonché le condizioni economiche delle prestazioni accessorie;
- le forme di garanzia eventualmente richieste;
- le modalità di fatturazione e le modalità di pagamento del servizio da parte del cliente finale;
- le informazioni sui diritti dei consumatori con esplicitazione dell'obbligo per l'operatore di comunicare al cliente che ne faccia richiesta le informazioni relative alla Maggior Tutela per i Clienti Vulnerabili per l'energia elettrica.

In aggiunta a quanto sopra, Sorgenia ha tempestivamente inviato al Contact Center una comunicazione (che si deposita *sub* **Allegato 2**) con cui lo ha espressamente invitato ad attenersi a quanto riportato nei materiali informativi forniti nell'ambito della prospettazione telefonica delle offerte di fornitura ai

[1] Nonché per i clienti domestici, se applicabili, le informazioni relative a condizioni, termini e procedure per esercitare il diritto di ripensamento ai sensi del Codice del Consumo, le informazioni sui costi ragionevoli che dovrà sostenere il cliente finale in caso di esercizio di tale diritto o di perdita dello stesso o di esercizio dello stesso dopo aver comunque presentato richiesta di esecuzione anticipata della fornitura.

potenziali clienti, prestando particolare attenzione alla corretta e completa elencazione delle informazioni oggetto della presente istruttoria.

Nella stessa comunicazione, la Società ha altresì specificato e ribadito che, qualora il Contact Center non dovesse attenersi alle indicazioni della Società e dovesse quindi fornire informazioni incomplete o errate, tale circostanza sarà considerata un grave inadempimento contrattuale.

In ogni caso, si ritiene opportuno rappresentare che Sorgenia non prevede in nessun caso la possibilità che i contratti di fornitura vengano sottoscritti per via telefonica (ossia, con registrazione vocale della chiamata), essendo necessariamente richiesto che l'utente manifesti il proprio consenso alla stipula del contratto nell'ambito di un'apposita interfaccia *online* (accessibile dal sito *internet* della Società o tramite *link* condiviso dall'operatore a valle della conversazione telefonica).

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 da Sorgenia con il presente formulario mirano ad assicurare un più efficace perseguimento degli interessi sottesi alle disposizioni asseritamente violate, senza tuttavia rappresentare alcuna forma di acquiescenza, riconoscimento e/o ammissione di responsabilità da parte della Società.

Impegno n. 1: Sorgenia si impegna a prevedere un piano straordinario di formazione nei confronti del personale del Contact Center, organizzando delle specifiche sessioni aggiuntive e periodiche finalizzate ad assicurare una specifica qualificazione dei contenuti e delle modalità di esposizione da parte degli operatori addetti al Contact center.

Impegno n. 2: Sorgenia si impegna ad adottare ulteriori e specifici strumenti di monitoraggio e controllo sull'operato del proprio Contact Center, finalizzati a verificare che i contatti telefonici *inbound* con i potenziali clienti assicurino chiarezza, completezza e trasparenza nella rappresentazione delle offerte e a massimizzare l'affidabilità della fase precontrattuale del processo commerciale, nonché ad appurare l'efficacia delle iniziative di cui all'impegno n. 1

onde orientarne il prosieguo come si dirà *infra*.

Impegno n. 3: Sorgenia si impegna ad implementare, tramite due primarie associazioni dei consumatori, due campagne informative, entrambe di durata triennale, volte a potenziare la consapevolezza dei consumatori sui meccanismi di funzionamento del mercato energetico. Il progetto, in particolare, consiste in un'azione continuativa di educazione e sensibilizzazione, volta ad accrescere il livello di informazione dei cittadini-consumatori, favorendo scelte contrattuali sempre più informate, responsabili e consapevoli.

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 a precludere la reiterazione delle condotte contestate, in quanto:

- Assicurano e garantiscono che il Contact Center di Sorgenia, in particolare rispetto ai profili oggetto di contestazione, sia aggiornato e formato con maggior frequenza e modalità più efficaci ai fini della prospettazione delle offerte, ivi inclusi gli obblighi regolamentari previsti, *inter alia*, dal Codice di Condotta Commerciale;
- Consentono una maggior responsabilizzazione del Contact Center e una più efficace forma di verifica del suo operato da parte di Sorgenia;
- Rafforzano il processo di gestione delle chiamate *inbound* in sede di illustrazione dell'offerta commerciale, assicurandone la correttezza ed efficacia;
- Contribuiscono al funzionamento del sistema e promuovono iniziative a sostegno dei consumatori.

In particolare, il nesso funzionale tra l'Impegno 1 e l'Impegno 2 garantisce il tempestivo e costante aggiornamento del personale interessato oltre che 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, l'Impegno 3 corona il *set* di misure proposte dalla Società andando ad incidere direttamente sul grado di consapevolezza e di conoscenza dei consumatori, a beneficio dell'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 a: **i)** realizzare un piano straordinario di formazione nei confronti dei consulenti impiegati presso il Contact Center preposti alla gestione delle chiamate *inbound* che si aggiunge, quindi, alle attività di formazione periodica potenziandole; **ii)** effettuare attività di formazione ulteriori nei confronti del predetto personale in occasione di eventuali modifiche normative/regolatorie, così da assicurarne l'aggiornamento costante e, per questa via, garantire la corretta gestione dei contatti telefonici con i potenziali clienti. Resta inteso che le attività di formazione saranno erogate sia ai consulenti attualmente impiegati presso il Contact Center sia – antecedentemente all'avvio delle attività lavorative – ai consulenti con cui il Contact Center dovesse instaurare un nuovo rapporto di collaborazione nel periodo di vigenza del presente impegno (così da garantire il pieno rispetto della normativa e della regolazione vigente).

Nello specifico, la Società si impegna a progettare ed erogare (almeno in una prima fase anche tramite ricorso a società specializzate esterne tra cui, in particolare, [redacted]) attività di formazione specifica incentrate sul rispetto degli obblighi informativi in sede di prospettazione delle offerte, comprensiva:

- di una formazione iniziale *una tantum* che avverrà in presenza, consistente in un approfondimento delle tematiche legate al Codice di Condotta Commerciale con l'obiettivo di formare il personale del Contact Center alla migliore e più efficace gestione delle chiamate *inbound*;
- di una formazione trimestrale (da remoto e con registrazione) di mantenimento e di aggiornamento volta non solo a formare i nuovi consulenti del Contact Center per assicurare costanza di *know how* anche in presenza di *turn over*, ma anche ad assicurare la massima preparazione del personale del Contact Center in caso di novità normative, di nuovi tipi di offerte commerciali o altra discontinuità;

- della somministrazione (a conclusione di ogni modulo di formazione) di *test* di verifica mediante questionari a risposta multipla per verificare il corretto apprendimento durante le sessioni di formazione di cui ai precedenti punti. I *test* di verifica saranno differenziati in considerazione della posizione ricoperta e, in particolare, verranno somministrati *test* differenti ai Team Leader e ai consulenti in considerazione delle rispettive diverse competenze.

La conduzione delle sessioni formative seguirà un approccio ibrido tra formazione teorica (in cui verrà puntualmente illustrata la regolazione di settore e gli obblighi previsti dal Codice di Condotta Commerciale per la gestione delle chiamate *inbound*) e formazione pratica (in cui verranno ascoltati insieme agli operatori alcuni esempi di chiamate *inbound* dando evidenza dei casi in cui la conversazione è stata gestita indicando tutte le informazioni previste dal Codice di Condotta Commerciale e dei casi in cui sono stati invece commessi errori di comunicazione o sono state riscontrate ipotesi di non conformità regolatoria).

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, sessioni informative supplementari, collettive o dedicate a singoli operatori).

Tali attività verranno svolte, almeno in una prima fase, avvalendosi della consulenza di [redacted], società dotata delle necessarie competenze tecniche e professionali per lo svolgimento dell'incarico.

La Società monitorerà la formazione del personale del Contact Center e adotterà criteri oggettivi e vincolanti volti a garantire *standard* di qualità elevati nelle attività di formazione periodica e nel mantenimento e accrescimento delle competenze acquisite.

b) Costi previsti

Il costo complessivo stimato per le diverse attività di formazione di cui al presente impegno, per la proceduralizzazione delle attività di formazione periodica, per la somministrazione dei *test* di verifica e per la redazione dei relativi *report* per il quinquennio è pari a [redacted] (**Allegato 3**). A tale

importo va aggiunto un ulteriore costo interno di [redacted], imputabili al personale interno che contribuirà alle predette attività di formazione nel corso dei cinque anni.

c) Tempi di attuazione e durata degli impegni

Le tempistiche stimate per l'avvio delle attività di formazione sono di 3 mesi (per l'attività di prima formazione) dalla notifica del provvedimento con cui saranno approvati e resi obbligatori gli impegni, a cui seguirà l'attività di formazione trimestrale.

Per quanto riguarda la durata complessiva, la Società si impegna a erogare le attività di formazione di cui al presente impegno per un periodo complessivamente pari a 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 assicura un miglioramento complessivo del livello di preparazione tecnica e comunicativa dei singoli operatori del Contact Center e, per questa via il rispetto di livelli di qualità elevati nella gestione delle chiamate *inbound*, con evidenti benefici per i consumatori.

Impegno n. 2:

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

La Società si impegna a rafforzare gli strumenti di monitoraggio e controllo del personale del Contact Center, nell'ottica di assicurare maggiore chiarezza, completezza e trasparenza nella rappresentazione delle offerte e di massimizzare l'affidabilità della fase precontrattuale del processo commerciale.

In particolare, Sorgenia si impegna ad adottare le seguenti attività di monitoraggio sistematico dell'operato del proprio Contact Center:

- verifiche differite, consistenti nell'ascolto con cadenza [redacted] di una selezione a campione di circa [redacted] conversazioni [redacted] degli operatori del Contact Center con i potenziali clienti. Verrà ascoltato un campione di conversazioni casuale in modo da verificarne la conformità e la trasparenza in situazioni diverse;
- verifiche contestuali, ossia attività di *mystery* call, con cadenza [redacted] consistenti in un ciclo

di circa [redacted] chiamate [redacted], strutturato sulla base di una preventiva selezione delle offerte da sottoporre a verifica (con priorità, ove opportuno, alle nuove offerte), della relativa analisi dei contenuti commerciali, informativi e dei supporti utilizzati per la loro presentazione telefonica, nonché della progettazione di specifici scenari di interlocuzione e delle domande da rivolgere all'operatore. Nell'ambito di tali chiamate, verrà manifestato l'interesse a sottoscrivere una determinata offerta o, alternativamente, a confrontare diverse offerte della Società; saranno inoltre poste domande mirate e richieste di chiarimento, anche in condizioni di interlocuzione non lineare, al fine di verificare la correttezza, completezza e conformità delle informazioni rese dall'operatore rispetto al dettato regolatorio e al Codice di Condotta Commerciale. Le risultanze delle verifiche saranno tempestivamente analizzate per l'individuazione di eventuali criticità suscettibili di azioni correttive o di miglioramento, anche mediante il loro inserimento nei programmi di formazione e aggiornamento degli operatori.

Tali attività verranno svolte avvalendosi della consulenza di [redacted], società dotata delle necessarie competenze tecniche e professionali per lo svolgimento dell'incarico.

Gli esiti delle predette attività di verifica confluiranno in un *report* annuale in cui verranno evidenziate le eventuali criticità emerse. Tale analisi sarà propedeutica a individuare e a risolvere prontamente eventuali elementi di criticità riscontrati durante la gestione dei contatti telefonici con i potenziali clienti e a calibrare le attività di formazione periodica di cui all'Impegno 1. In particolare, le attività di formazione periodica verranno modificate o rafforzate a seconda degli esiti delle attività di monitoraggio, così da assicurarne l'effettività e l'efficacia.

b) Costi previsti

Il costo complessivo stimato per le diverse attività di monitoraggio e controllo di cui al presente impegno e dei relativi *report* per il quinquennio è pari a [redacted] (**Allegato 3**), cui va aggiunto un ulteriore costo interno di [redacted] imputabili al personale interno che contribuirà alle predette attività di monitoraggio nel corso dei cinque anni.

c) Tempi di attuazione e durata degli impegni

Le tempistiche stimate per l'avvio delle attività di monitoraggio e controllo sono di 3 mesi dalla notifica del provvedimento con cui saranno approvati e resi obbligatori gli impegni.

Per quanto riguarda la durata, la Società si impegna a erogare le attività di monitoraggio di cui al presente impegno per un periodo complessivamente pari a 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, in considerazione del periodico e strutturato monitoraggio sopra descritto garantisce, da un lato, la verifica dell'efficacia delle attività formative di cui all'Impegno n. 1 e, dall'altro lato, consente a Sorgenia di intercettare prontamente eventuali incongruenze nella illustrazione delle offerte luce e/o gas e predisporre ogni più opportuna misura consequenziale.

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.

Impegno n. 3

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

Sorgenia si impegna a sviluppare e diffondere, tramite due primarie associazioni dei consumatori, due campagne informative, entrambe di durata triennale, volte ad accrescere il livello di informazione e di consapevolezza dei cittadini-consumatori, favorendo scelte contrattuali sempre più informate.

In particolare, la Società intende avviare:

1. **La campagna "*Energia: conoscere per scegliere*", sviluppata in *partnership* con Cittadinanzattiva**

L'iniziativa, curata e gestita da Cittadinanzattiva, ha come obiettivo primario il consolidamento delle competenze e della consapevolezza degli utenti prima della sottoscrizione di contratti di fornitura luce e gas nel mercato libero, con un approccio informativo ed educativo rigorosamente non commerciale e una chiara finalità preventiva. In particolare, la campagna verterà sui seguenti profili:

- Migliorare la comprensione delle componenti del prezzo dell'energia elettrica e del gas;

- Facilitare la lettura e il confronto delle offerte commerciali;
- Rafforzare la conoscenza dei principali contenuti contrattuali;
- Promuovere l'utilizzo del Portale Offerte di Arera;
- Facilitare la lettura della "nuova" bolletta di luce di gas.

I contenuti veicolati saranno calibrati nell'ottica di assicurarne la piena aderenza al dettato normativo e regolatorio vigente; la campagna non conterrà alcun riferimento o collegamento alla Società né alle relative società partecipate/controllate/controllanti. La campagna non conterrà altresì alcun riferimento all'Autorità.

La strategia comunicativa sottesa alla campagna si fonda su un sistema integrato di canali digitali, pensato per garantire continuità nel tempo e ampia diffusione dei contenuti (**Allegato 4**). In particolare, il piano editoriale prevede su base annuale, per la durata dell'intero triennio:

a. una pagina di progetto dedicata sul sito web di Cittadinanzattiva, con *link* a pagine di approfondimento tematiche;
b. dodici articoli informativi all'anno pubblicati nella *newsletter* (uno al mese per tutta la durata dell'impegno);
c. dodici *post* all'anno sui canali social (i.e. uno al mese per tutta la durata dell'impegno);
d. una puntata tematica di *podcast* per ogni anno di durata dell'impegno;
e. sei invii di DEM (Direct E-mail Message) agli iscritti per ogni anno di durata dell'impegno (uno ogni due mesi).

Il linguaggio adottato sarà semplice e accessibile in ciascuno dei suesposti canali con l'obiettivo di abbattere le barriere informative anche per i consumatori meno familiari con il settore energetico.

Il *target* dell'iniziativa è costituito dai clienti finali di energia elettrica e gas naturale, con *focus* specifico ai consumatori che si avvicinano per la prima volta al mercato libero o che si trovano in prossimità del rinnovo contrattuale. **Si stima di poter raggiungere centinaia di migliaia di cittadini-consumatori ogni anno**.

L'efficacia della campagna sarà monitorata mediante la misurazione continuativa di specifici indicatori di *performance*: visite al sito *web*, tasso di apertura delle *newsletter* e delle DEM, interazioni e condivisioni sui *social media*, ascolti del *podcast*.

Sorgenia trasmetterà ad ARERA, con cadenza annuale, un *report* di monitoraggio contenente i principali indicatori quantitativi di *reach* e *engagement* per ciascun canale e la sintesi dei contenuti informativi diffusi.

2. **La campagna "*+TuTELE*"[2], sviluppata in *partnership* con Consumerismo**

La campagna, curata e gestita da Consumerismo, mira a consolidare le competenze e la consapevolezza degli utenti prima della sottoscrizione di contratti di fornitura luce e gas nel mercato libero, contribuendo così a colmare le asimmetrie informative esistenti tra operatori e consumatori (**Allegato 4**).

In particolare, nell'ambito dell'iniziativa saranno sviluppati due strumenti operativi:

a. la Bussola +TuTELE, ossia una guida strutturata funzionale a fornire al consumatore conoscenze che possano permettergli di orientarsi nel mercato energetico; e

b. Wikimedia Multimediale, un archivio condiviso e dinamico di conoscenze tecniche liberamente consultabile *online*.

A livello metodologico, la campagna sarà strutturata utilizzando un linguaggio semplice e accessibile che possa essere correttamente compreso dalla più ampia platea possibile di consumatori. Anche in questo caso, i contenuti veicolati saranno calibrati nell'ottica di assicurarne la piena aderenza al dettato normativo e regolatorio vigente. La campagna non conterrà alcun riferimento o collegamento alla Società né alle relative società partecipate/controllate/controllanti. La campagna non conterrà altresì alcun riferimento all'Autorità.

[2] Il nome "*+TuTELE*" nasce dall'unione di due pilastri strategici: il *target* ("*+Tu*"), che pone il consumatore nella sua singolarità e centralità come fulcro dell'iniziativa, con l'obiettivo di accrescere il livello di informazione e consapevolezza; e il canale ("*TELE*"), che identifica i principali mezzi di diffusione di massa - televisione nazionale, radio e TV locali - scelti per garantire una diffusione capillare sul territorio nazionale.

La campagna verrà veicolata per il tramite di canali tanto tradizionali quanto digitali, tra i quali: televisione nazionale e locale, radio, testate giornalistiche nazionali e periodici, *newsletter* e DEM agli iscritti, canali *social* di Consumerismo e sezione dedicata sul sito *web* dell'associazione. **Il *reach* atteso è di centinaia di migliaia di cittadini-consumatori ogni anno.**

Per dare concretezza al progetto triennale, Consumerismo effettuerà altresì rilevazioni trimestrali degli indicatori di *performance* basati su standard di settore.

I dati trimestrali confluiranno in un report annuale che Sorgenia trasmetterà ad ARERA, contenente gli indicatori quantitativi di *reach* ed *engagement* e la sintesi dei contenuti diffusi.

La Società dichiara infine che i dati dei consumatori eventualmente acquisiti, anche dalle associazioni suddette, durante le campagne di comunicazione resteranno nella esclusiva disponibilità di ciascuna associazione e non potranno essere ceduti a Sorgenia S.p.A. o ad 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

Sorgenia si impegna a stanziare un *budget* complessivo di [redacted] al netto dell'IVA per il triennio 2026/2029 per la realizzazione delle due campagne informative e l'implementazione delle attività di reportistica sopra descritte ([redacted] per la campagna "*Energia: conoscere per scegliere*" e [redacted] per la campagna "*+TuTELE*").

c) Tempi di attuazione e durata degli impegni

Le campagne avranno una **durata di complessivi 3 anni** dalla notifica del provvedimento con cui saranno approvati e resi obbligatori gli impegni e saranno avviate entro 30 giorni circa dalla notifica del suddetto provvedimento.

d) Considerazioni in merito alla utilità degli impegni al più efficace perseguimento degli interessi

L'impegno proposto è idoneo a ridurre le asimmetrie informative esistenti tra venditore e cliente finale 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 e i relativi allegati contengono 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 ai costi previsti per l'attuazione delle misure e si allega una versione non confidenziale del presente formulario (**Allegato 5**).

***

Si resta a disposizione per ogni chiarimento.

Direttore Mercato & ICT

Alessandro Bertoli

ID Alessandro Bertoli
14/07/2026 18:40:05 UTC+0200

Allegati:

Allegato 1: Scheda informativa sugli obblighi di informativa precontrattuale fornita al Contact Center;

Allegato 2: Comunicazione inviata al Contact Center;

Allegato 3: Preventivo [redacted] in relazione all'Impegno 1 e all'Impegno 2;

Allegato 4: Presentazione delle due campagne informative;

Allegato 5: Versione non confidenziale del formulario impegni.