

PS13018 - REPARADORA-CONSULENZA SUL DEBITO
Allegato al provvedimento n. 32066



Firmato
digitalmen
te da
MASTIO
LUISELLA
C=IT

Reparadora RTD Italia SRL
Via Gian Domenico Romagnosi 18/A Roma
P.IVA 11537850965

VERSIONE CONSOLIDATA



**IMPEGNI AI SENSI DELL'ART. 27, COMMA 7, DEL
CODICE DEL CONSUMO, DELL'ART. 8, COMMA 7, DEL D. LGS. 145/2007 E DELL'ART. 10
DEL REGOLAMENTO SULLE PROCEDURE ISTRUTTORIE NELLE MATERIE DI TUTELA DEL
CONSUMATORE E PUBBLICITÀ INGANNEVOLE E COMPARATIVA**

DATA: 31.07.2026

VERSIONE: **Approvata dal Consiglio di
Amministrazione del
31.07.2026**

SOMMARIO

1. Numero del procedimento, data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento da parte del professionista	4
2. Professionista che presenta gli impegni	4
3. Condotta o clausola oggetto della comunicazione di avvio del procedimento.....	4
3.1 <i>Condotte che integrano pratiche commerciali in violazione degli articoli 20, 21, 22, 49, 50 e 51 del Codice del Consumo</i>	4
3.2 <i>Condotte che integrano pratiche commerciali in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo</i>	5
4. Contenuto testuale degli impegni proposti ed eventuale periodo di validità in relazione ai singoli profili oggetto della comunicazione di avvio del procedimento.....	6
4.1 <i>Cenni sul gruppo di appartenenza della Società e sull'attività svolta</i>	6
4.2 <i>Impegni già adottati dalla Società al fine di raggiungere di uno standard qualitativo elevato in relazione ai propri servizi</i>	7
4.3 <i>Impegni proposti al fine di sanare i profili di illegittimità riscontrati</i>	9
5. Considerazioni circa l'ammissibilità e l'idoneità degli impegni a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell'avvio dell'istruttoria.....	18
5.1 <i>Considerazioni: Impegno 1 - Presidi attualmente esistenti</i>	18
<i>Considerazioni generali sui presidi attualmente esistenti</i>	18
<i>(Segue): le revisioni contrattuali</i>	18
<i>(Segue): il prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio</i>	19
<i>(Segue): il Cooling-off period</i>	20
5.2 <i>Considerazioni: Impegno 2 – Irrobustimento della Funzione Audit</i>	20
5.3 <i>Considerazioni: Impegno 3 – Integrazione del Codice Bravo</i>	21
5.4 <i>Considerazioni: Impegno 4 – Diffida ai fornitori. Provvedimenti disciplinari</i>	22
5.5 <i>Considerazioni: Impegno 5 – Approvazione annuale del piano marketing da parte dell'organo amministrativo. Informativa trimestrale sul rispetto del piano</i>	22
5.6 <i>Considerazioni: Impegno 6 – Potenziamento della formazione per il dipartimento commerciale</i>	23
5.7 <i>Considerazioni: Impegno 7 – Riforma delle politiche di remunerazione del dipartimento commerciale</i>	23
5.8 <i>Considerazioni: Impegno 8 – Revisione della durata contrattuale</i>	25
5.9 <i>Considerazioni: integrazioni all'Impegno 9 - Corresponsione di ristori. Nuova adesione ai servizi su base volontaria.</i>	25
5.10 <i>Considerazioni: integrazioni all'Impegno 10 - Adozione di una policy di gestione delle richieste di rimborso.</i>	27

5.11	Considerazioni: Impegno 11 – Audit al termine dell'implementazione degli impegni.....	27
5.12	Considerazioni circa la dimensione complessiva degli impegni proposti dalla Società	28
6.	Elenco degli Allegati.....	30

1. NUMERO DEL PROCEDIMENTO, DATA DI RICEZIONE DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO DA PARTE DEL PROFESSIONISTA

La presente proposta di impegni fa riferimento al procedimento istruttorio PS/13018, il cui avvio è stato notificato mediante la comunicazione datata 28.10.2025, prot. 0089408, consegnata a mani il 4.11.2025 (la "**Comunicazione**").

2. PROFESSIONISTA CHE PRESENTA GLI IMPEGNI

Presenta i seguenti impegni Reparadora RTD Italia s.r.l., con sede legale in Roma, alla Via Giandomenico Romagnosi 18, CAP 00196 (la "**Società**"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lett b) del d.lgs 206/2005 ("**Codice del Consumo**").

3. CONDOTTA O CLAUSOLA OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO

3.1 Condotte che integrano pratiche commerciali in violazione degli articoli 20, 21, 22, 49, 50 e 51 del Codice del Consumo

Codesta Autorità ha prospettato alla scrivente di aver indotto i propri clienti a stipulare, *"almeno in alcuni casi [...] a distanza con l'apposizione di firme elettroniche"* (v. par. 8 della Comunicazione) un contratto di servizi, consistente in un mandato con rappresentanza per la negoziazione dei debiti, *"a seguito di interlocuzioni telefoniche intervenute con i consulenti Reparadora, nel corso delle quali non sarebbero state fornite informazioni essenziali alla comprensione delle modalità di svolgimento di tali servizi, mentre alcune delle informazioni fornite sarebbero state non veritiere e/o fuorivianti"* (v. par. 4 della Comunicazione). In particolare, codesta Autorità attribuisce alla scrivente, ovvero ai suoi operatori, di aver adottato il seguente *modus operandi*:

- (i) indicando fin da subito *"una ben precisa percentuale di riduzione del debito che Reparadora avrebbe potuto ottenere dalla banca o dall'intermediario finanziario, indicando contestualmente al consumatore anche il diverso e minore importo delle rate mensili che sarebbe derivato da tale riduzione del debito"*; altresì
- (ii) *"specificando che tali rate si sarebbero sostituite a quelle [...] attese dagli enti creditori"* e che *"tali rate avrebbero dovuto essere versate non più a tali enti ma in favore della stessa Reparadora"*, su un conto dedicato e in esecuzione dell'accordo di cd. saldo e stralcio (v. par. 5 della Comunicazione);
- (iii) rappresentando ai propri clienti l'esistenza di una *"banca dati"* e *"la sussistenza di una relazione diretta con gli enti creditori, in virtù delle quali il Professionista sarebbe in grado di definire fin da subito la disponibilità della banca o della finanziaria ad una riduzione del debito"* e *"la misura percentuale "minima" di tale riduzione"*, contestualmente fornendo al cliente un prospetto riepilogativo con indicazione di tale percentuale e delle rate di minore importo (v. par. 6 della Comunicazione); e infine
- (iv) assicurando che non vi sarebbe stato *"alcun rischio di iscrizione nei sistemi di informazione creditizia a carico del consumatore"* (v. par. 7 della Comunicazione).

Ulteriormente, dopo la stipula del contratto, codesta Autorità ha contestato:

- (v) che la scrivente avrebbe *"consigliato [ai clienti] di non dare seguito [ai solleciti dei creditori] senza tuttavia fornire informazioni sull'attività di ristrutturazione del debito"*;

ciò sebbene taluni creditori avessero anche fatto presente ai clienti di *"non essere mai stati contattati da Reparadora"* e di non aver ricevuto *"pagamenti a copertura delle somme dovute"* (v. par. 9 della Comunicazione);

- (vi) che la scrivente avrebbe fornito *"rassicurazioni"* a taluni clienti sull'assenza del rischio di essere segnalati, dai propri creditori, nei sistemi di informazione creditizia (v. par. 10 della Comunicazione);
- (vii) che taluni clienti, dopo aver manifestato la volontà di recedere dal contratto, e contestualmente all'atto di richiedere la restituzione delle somme versate alla Società in esecuzione del medesimo, avrebbero appreso che *"la Società avrebbe trattenuto da tali somme il proprio corrispettivo, anche senza aver rinegoziato [la situazione debitoria]"*, così mancando di ottenere la restituzione delle somme versate, ovvero ottenendole in minima parte (v. par. 11 della Comunicazione).

Codesta Autorità ha infine segnalato che, dall'analisi dei siti web nel seguito indicati e riconducibili alla Società, la stessa

- (viii) si sarebbe titolata della qualifica di intermediario finanziario sottoposto alla vigilanza della Banca d'Italia, altresì prospettando al consumatore l'esistenza di un esperto 100% gratuito, nel sito web *"https://meno-debiti.it"* (v. par. 13 della Comunicazione); e
- (ix) avrebbe pubblicizzato risparmi *"fino all'80%"*, senza tuttavia descrivere l'attività svolta e le caratteristiche principali dei propri servizi, inclusa la precisazione circa la natura solo eventuale di tali risparmi e, comunque, senza riportare alcuna informazione in merito ai corrispettivi richiesti, il tutto nell'ambito dei contenuti del sito web *"https://www.soluzione-finanziaria.com"* (v. par. 14 della Comunicazione).

Le condotte anzi indicate, a giudizio di codesta Autorità, sarebbero pertanto idonee ad integrare pratiche commerciali consistenti nell'omissione di informazioni, o nella trasmissione di informazioni non veritiere e/o decettive, in relazione alla qualifica e alle modalità di svolgimento dei servizi, il tutto in violazione degli artt. 20, 21, 22, 49, 50, 51 del Codice del Consumo. Tanto in quanto le stesse avrebbero indotto i consumatori – peraltro in condizione di particolare vulnerabilità economica ed emotiva – ad intendere erroneamente: (i) che la Società sia un intermediario finanziario sottoposto alla vigilanza di settore; (ii) che un risultato, seppur minimo, in termini di riduzione del debito con i creditori interessati, fosse garantito; (iii) che la sospensione dei pagamenti ai creditori non avrebbe comportato conseguenze pregiudizievoli, con particolare riferimento all'iscrizione nei sistemi di informazione creditizia; e infine (iv) l'effettiva entità dei corrispettivi richiesti dalla Società, nonché la circostanza per cui dalle rate corrisposte – dedicate alla costituzione di un deposito funzionale alla definizione in via transattiva della posizione debitoria – sarebbero stati dedotti tali corrispettivi, il tutto anche nei casi di recesso e anche in assenza di effettiva attività di negoziazione (v. par. 16 della Comunicazione).

3.2 Condotte che integrano pratiche commerciali in violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del Consumo

Codesta Autorità ha ulteriormente contestato alla scrivente di aver persuaso i propri clienti a versare somme di denaro ad un soggetto non creditore (i.e. la Società), anche allorché la stessa *"non abbia svolto alcuna attività"*, ovvero *"non abbia in alcun modo documentato l'attività svolta"* e/o *"si sia attivata in modo non adeguato per migliorare la posizione debitoria del consumatore"* e in tal guisa ne *"abbia determinato il peggioramento"* delle condizioni economiche (v. par. 18 della Comunicazione). Ulteriormente viene contestato, con riferimento ai casi di recesso del cliente, che la Società *"tratterrebbe comunque a titolo di corrispettivo le*

somme versate dallo stesso” anche nei casi in cui non sia intervenuta alcuna attività di negoziazione ovvero non sia stato prodotto, in alcuni casi, puntuale rendiconto delle somme versate e trattenute (v. par. 19 della Comunicazione).

A giudizio di codesta Autorità, tali condotte costituirebbero una pratica commerciale in violazione degli artt. 20, 24 e 25 del Codice del Consumo, poiché, contravvenendo agli standard minimi di diligenza professionale, sfruttano “la situazione di bisogno causata dal sovraindebitamento dei consumatori [...], nonché la posizione di grave asimmetria informativa degli stessi” alterandone le capacità di valutazione (v. par. 18 della Comunicazione). Le menzionate condotte rivestirebbero particolare gravità anche alla luce della condizione di vulnerabilità dei clienti - a cui la Società si rivolge -, in ragione dello stato di difficoltà economica ed emotiva, anche severo, che gli stessi si trovano ad attraversare (v. par. 20 della Comunicazione).

4. CONTENUTO TESTUALE DEGLI IMPEGNI PROPOSTI ED EVENTUALE PERIODO DI VALIDITÀ IN RELAZIONE AI SINGOLI PROFILI OGGETTO DELLA COMUNICAZIONE DI AVVIO DEL PROCEDIMENTO

Prima di entrare nel merito dell'illustrazione degli impegni, al fine di fornire a codesta Autorità un quadro trasparente ed esaustivo, sia consentito richiamare alcune brevi informazioni di contesto che attengono al gruppo di appartenenza e all'attività della Società, nonché ai presidi di natura organizzativa e procedurale che la stessa ha già adottato al fine di garantire uno standard qualitativo elevato in relazione alla prestazione dei propri servizi.

Tali profili sono stati oggetto di illustrazione più ampia ed approfondita nella Nota Difensiva, a cui integralmente si rimanda.

4.1 Cenni sul gruppo di appartenenza della Società e sull'attività svolta

La Società appartiene ad un gruppo multinazionale, presente in Europa (Spagna, Italia e Portogallo), Centroamerica (Messico) e Sudamerica (Colombia e Brasile), che opera sotto il marchio “Go Bravo”, prestando assistenza a clienti indebitati attraverso attività di *debt settlement* (i.e. rinegoziazione e progettazione di piani di rientro e rateizzazioni) e, in taluni mercati, offre anche erogazione diretta di finanziamenti. Il gruppo Go Bravo, la cui *holding* ha sede in Madrid (Spagna), è attivo sul mercato da oltre 15 anni, impiega più di 1.700 dipendenti e vanta oltre 50.000 clienti, in favore dei quali ha gestito e risanato oltre 2 miliardi di euro di debiti, erogando più di 100 milioni di euro di finanziamenti diretti.

In Italia, rispetto alle attività di *debt settlement*, il gruppo opera dal 2021 attraverso la Società, la quale conta [REDACTED]

[REDACTED]. Ulteriormente, con rispetto alla promozione di prodotti di finanziamento, il gruppo opera in Italia attraverso la società RTD Agente in Attività Finanziaria, autorizzata ed operante ai sensi dell'art. 128-quater del d.lgs 385/1993 (“TUB”).

Con riferimento alle attività in questa sede rilevanti, ossia quelle di cd. *debt settlement*, come correttamente rilevato da codesta Autorità, la Società stipula con il cliente un contratto di mandato per la negoziazione delle posizioni debitorie e la sottoscrizione di accordi a c.d. “saldo e stralcio”, il cui scopo è la ristrutturazione della posizione debitoria del cliente con l'obiettivo di ottenere un beneficio finanziario, consistente nella riduzione complessiva del debito e/o nella rimodulazione delle rate di rimborso. Nell'ambito di tale accordo, la Società analizza la posizione finanziaria del cliente e prende contatto con i creditori, al fine di negoziare la ristrutturazione del

debito. Nel frattempo, il cliente accantona versamenti mensili su un conto dedicato, per importi inferiori rispetto alle rate originarie e pertanto sostenibili, al fine di costituire la provvista finanziaria necessaria a permettere alla Società di dare atto, e auspicabilmente positivo esito, alla negoziazione con il creditore, concludendo il relativo saldo e stralcio ovvero una rimodulazione delle rate.

4.2 Impegni già adottati dalla Società al fine di raggiungere uno standard qualitativo elevato in relazione ai propri servizi

La Società, pienamente consapevole del proprio delicato ruolo di supporto specialistico prestato a consumatori che si trovano in condizioni di indebitamento critico o di generalizzata difficoltà finanziaria e, quindi, in una situazione di vulnerabilità economica e personale, sin dall'avvio della propria attività in Italia ha adottato un approccio operativo improntato ai principi di trasparenza, correttezza e chiarezza informativa nei confronti dei propri clienti, in linea con la storica politica di Gruppo, votata, tra l'altro, all'educazione finanziaria e alla responsabilizzazione dei debitori.

Al fine di perseguire tali principi la Società ha adottato un set contrattuale (complessivamente il **"Set Contrattuale"**) che comprende un'informativa precontrattuale dettagliata ed efficace per brevità, funzionale a spiegare al cliente l'oggetto dei servizi attraverso l'utilizzo di un linguaggio semplice e chiaro (**"Informativa"**, allegata alla Nota Difensiva) e il contratto stipulato con il cliente, che illustra diffusamente i termini e le condizioni del rapporto (**"Contratto"**, allegato alla Nota Difensiva).

La Società ha ulteriormente definito nel corso delle sue attività un catalogo di principi operativi, formalizzati all'interno di un codice, adottato dal 2022 e aggiornato a Luglio 2025 per la gestione del rapporto con i clienti (**"Codice Bravo"**, allegato alla Nota Difensiva), nell'ambito del quale la Società:

- (i) si impegna ad illustrare per iscritto i propri servizi al cliente nel Contratto (all'art. 1), e in particolare nell'Informativa utilizzando un linguaggio semplice e chiaro;
- (ii) prescrive ai propri teleoperatori di comunicare al cliente che, prima di procedere all'acquisto del servizio, deve prendere visione del Contratto e dell'Informativa (v. Codice Bravo, pag. 1);
- (iii) si impegna a prestare i propri servizi esclusivamente a consumatori che dichiarano di trovarsi in una situazione attuale o ragionevolmente prevedibile di indebitamento critico o grave difficoltà finanziaria; ciò al fine di assicurare che i servizi siano rivolti esclusivamente a soggetti che, in assenza dell'intervento della Società, non avrebbero potuto in altro modo far fronte ai propri impegni finanziari. Tale condizione è chiaramente indicata nel Contratto (alla sezione **"Dichiarazioni"**) e nell'Informativa (par. 3 **"Segnalazione nei Sistemi di informazioni creditizie"**), ed è ulteriormente inclusa espressamente tra le informazioni che devono essere fornite dal teleoperatore al cliente (v. Codice Bravo, pag. 3);
- (iv) vieta espressamente ai propri teleoperatori di rappresentare come **"certa e sicura"** la riduzione del debito conseguente ad un possibile accordo di saldo e stralcio (v. Codice Bravo, pag. 2), altresì chiarendo per iscritto tale profilo nell'Informativa (par. 2 **"Rischi"**) e nel Contratto (art. 8);

- (v) si impegna a rappresentare chiaramente ai clienti che l'interruzione dei pagamenti potrebbe comportare la loro segnalazione nei sistemi di informazione creditizia, ove ciò non sia già avvenuto (informativa, v. par. 3 "*Segnalazione nei Sistemi di informazioni creditizie*"). Tale informazione rientra anche tra le informazioni obbligatoriamente fornite dai teleoperatori (v. Codice Bravo, pag. 2);
- (vi) si impegna a rappresentare chiaramente al cliente che non è il suo creditore, e che non si sostituisce allo stesso e non rappresenta un'alternativa di pagamento, ma negozierà con quest'ultimo la riduzione del debito come oggetto del servizio. Tale prospettazione è contenuta nell'Informativa (par. 2 "*Rischi*") e rientra tra le informazioni obbligatoriamente fornite dai teleoperatori (v. Codice Bravo, pag. 1);
- (vii) si impegna a rappresentare analiticamente le metodologie di calcolo del corrispettivo per i propri servizi (Contratto, art. 2), altresì fornendo una descrizione semplificata delle stesse, corredata da una simulazione illustrativa degli importi dovuti a titolo di corrispettivo per varie fasce di debito oggetto di negoziazione e sulla base del tempo trascorso (Informativa, par. 7 "*Costo del Servizio*"). In particolare, la Società illustra chiaramente al cliente che in caso di recesso restituirà le somme versate dal cliente, trattenendo i corrispettivi maturati fino a quella data (Contratto, art. 6; Informativa, par. 9 "*Diritto di ripensamento e recesso*");
- (viii) prescrive ai propri teleoperatori, nell'ambito della relazione con il cliente, di utilizzare un tono professionale e aperto al dialogo e di assicurarsi che tutte le comunicazioni siano vere, complete, precise, ed espone con chiarezza, con particolare riferimento ai costi, durata dell'offerta e condizioni di recesso, allo stesso tempo prescrivendo che è vietato omettere informazioni rilevanti o trasmettere indicazioni fuorvianti, incomplete o comunque idonee in qualsiasi modo ad indurre in errore il cliente (v. Codice Bravo, pag.1);
- (ix) vieta ai propri teleoperatori di sfruttare le situazioni personali critiche dei clienti, incluso lo stato di indebitamento critico o di difficoltà finanziaria, per influenzarne le decisioni. In particolare, vieta di enfatizzare la situazione finanziaria difficoltosa del cliente allo scopo di indurlo ad accettare la proposta commerciale, e in ogni caso, vieta qualsiasi altra pratica che, tenuto conto delle circostanze del caso, limiti effettivamente o anche solo sia idonea a limitare la libertà di scelta del cliente o il suo comportamento relativamente al servizio, così inducendolo a prendere una decisione che non avrebbe altrimenti assunto (v. Codice Bravo, pag.1).

Il Codice Bravo include un catalogo delle sanzioni (v. Codice Bravo, pag. 12), la cui eventuale irrogazione all'operatore commerciale è modulata in base al numero di condotte, alla gravità e al tasso di recidiva di queste;

--	--

La Società ha inoltre adottato le misure brevemente illustrate nel prosieguo.

Un sistema di *reporting* completo dell'attività svolta con ciascun cliente, che include il tracciamento informatico di tutte le comunicazioni intercorse (i.e. email, messaggistica istantanea) e la registrazione delle conversazioni telefoniche effettuate dai teleoperatori ("**Sistema di reporting**").

Una funzione di audit interno indipendente, incaricata (1) di verificare, mediante attività di controllo a campione, la rispondenza ai principi e alle linee guida indicati nel Codice Bravo delle condotte tenute dai propri operatori; di (2) raccogliere, catalogare e analizzare i reclami pervenuti, nonché verificare nella sua interezza il rapporto contrattuale relativo al cliente che ha trasmesso il reclamo, con particolare attenzione alla rispondenza del comportamento tenuto nei confronti del cliente ai principi e alle linee guida del Codice Bravo, nonché al Contratto stesso; e di (3) segnalare all'organo amministrativo della Società le violazioni e le irregolarità riscontrate, proponendo all'occorrenza l'adozione di provvedimenti disciplinari ("**Funzione Audit**").

A corredo di quanto illustrato si segnala che la Società si è dotata di un modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del d.lgs. 231/2001 ("**Modello**") istituendo, ai sensi dello stesso decreto, un apposito organismo di vigilanza ("**OdV**"), dotato di autonomi poteri di iniziativa e controllo, estesi in virtù dell'elenco dei reati presupposto anche a casistiche patologiche che potrebbero originare dai comportamenti della specie.

4.3 Impegni proposti al fine di sanare i profili di illegittimità riscontrati

Nel presente paragrafo saranno illustrati partitamente, in relazione ai relativi profili riscontrati da codesta Autorità, gli impegni che la scrivente Società intende assumere.

Di seguito si riporta la versione consolidata ed integrale del tenore letterale degli impegni¹.

1. Presidi attualmente esistenti	<u>Contenuto testuale dell'impegno</u>
---	---

La Società si impegna a potenziare tutti i presidi già adottati e segnatamente il Contratto, l'Informativa, il Codice Bravo, il Sistema di reporting e la Funzione Audit, nonché il Modello e l'OdV, attraverso una revisione complessiva volta ad individuare azioni correttive o di irrobustimento, stimolando al contempo, attraverso appositi momenti di confronto, oggetto di apposita pianificazione, sia a livello di governance, sia con riguardo alla struttura organizzativa, funzionali allo stimolo e al rafforzamento della cultura aziendale di compliance.

In particolare saranno oggetto di specifica revisione:

- (i) la presentazione del dato relativo alla durata del rapporto contrattuale con il cliente (Impegno 8) adottando specifica enfasi (i.e. mediante l'uso di carattere grassetto o sottolineato), nei documenti del Set Contrattuale²;

¹ La prima versione della proposta di impegni è stata presentata con la missiva trasmessa in data 18.12.2025, ed è stata successivamente integrata in data 25 marzo 2026 a seguito dell'audizione tenutasi in data 05.03.2026 innanzi a codesta Autorità, ed ulteriormente modificata ed integrata dalla comunicazione del 08.07.2026 a seguito dell'audizione tenutasi in data 10.06.2026, e, da ultimo, oggetto delle modifiche urgenti illustrate nell'ulteriore comunicazione trasmessa in data 20 luglio 2026.

² V. par. 2.1.2 Nota Difensiva.

- (ii) le informazioni contenute nel Piano di Liquidazione³, con particolare attenzione a fornire maggior enfasi e chiarezza al carattere solo eventuale dell'ottenimento di un beneficio finanziario per il cliente in conseguenza dei servizi ottenuti. A tal fine si produce, sub Allegato C alla presente Proposta di Impegni, il precedente "Piano di Liquidazione", e, per raffronto, una bozza del nuovo documento sostitutivo di questo, che assumerà il nome di "Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio";
- (iii) l'introduzione di un *cooling-off period*, in funzione del quale, al primo contatto utile sarà trasmesso al cliente il Set Contrattuale e sarà assicurato il decorso di almeno 24 ore tra la consegna del medesimo e la sua sottoscrizione, il tutto così da permettere al cliente di valutarne adeguatamente il contenuto.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.01.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.12.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

2. Irrobustimento della Funzione Audit

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna a irrobustire la Funzione Audit mediante l'attuazione delle seguenti azioni:

- (i) incremento del 50% dei controlli a campione sulle telefonate e su tutte le comunicazioni commerciali, anche digitali, calcolato sull'intero anno 2026 e assumendo il 2025 quale base di riferimento.
⁴. Nell'ambito di tali controlli sarà oggetto di specifica verifica l'effettiva comprensione, da parte del cliente, delle informazioni di natura commerciale prima della

³ V. § 4(d) Nota Difensiva.

sottoscrizione del contratto, e sarà altresì accertato il rispetto del *cooling-off period*;

- (ii) previsione, nei casi di esercizio del diritto di recesso da parte del cliente, della validazione preventiva, da parte del responsabile della Funzione Audit, della rendicontazione destinata al cliente relativa ai corrispettivi maturati e alle somme trattenute. Tale validazione dovrà attestare la completezza, correttezza e trasparenza delle informazioni fornite, nonché la piena conformità della rendicontazione alle condizioni economiche contrattualmente pattuite;
- (iii) predisposizione, a cura del responsabile della Funzione Audit, di una relazione trimestrale, da trasmettersi all'organo amministrativo, contenente gli esiti dei controlli; il numero e la tipologia delle irregolarità rilevate; proposte di provvedimenti disciplinari e destinatari degli stessi, possibili misure correttive da implementare.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.01.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.07.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

3. Integrazione del Codice Bravo

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna ad arricchire le previsioni contenute nel Codice Bravo mediante l'inserimento di specifiche informazioni, da trasmettere verbalmente durante i contatti telefonici con i clienti utilizzando uno specifico tenore letterale (c.d. *script*), con valenza obbligatoria. Queste informazioni comprenderanno:

- (i) l'indicazione in ordine alla natura e alle caratteristiche del servizio;
- (ii) l'indicazione in ordine al carattere di *eventualità* circa la riduzione del debito e la misura della stessa, risultando al contempo consentito indicare invece lo sconto medio che storicamente

è stato registrato dalla Società in operazioni analoghe;

- (iii) l'indicazione circa il fatto che la Società non rappresenta il creditore e che, nel caso in cui le rate di rimborso siano interrotte, ciò potrebbe comportare, fra le altre conseguenze, la segnalazione nei sistemi di informazione creditizia, ove ciò non sia già avvenuto;
- (iv) l'indicazione circa le modalità di calcolo dei compensi e le modalità di esercizio del diritto di recesso;
- (v) l'invito a prendere attentamente visione dell'Informativa e del Contratto, prima di sottoscrivere quest'ultimo.

A tal fine si produce, sub Allegato D alla presente Proposta di Impegni, una bozza del documento che raccoglie tali script e il momento in cui saranno adoperati.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.01.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.07.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

4. Diffida ai fornitori. Provvedimenti disciplinari.

Contenuto testuale dell'impegno

La Società ha svolto un audit speciale accertando le responsabilità relative alle attività promozionali e di marketing integranti pratiche commerciali non ammesse e, per l'effetto:

- (i) previo conferimento di apposito mandato ai legali di fiducia della Società, ha diffidato i fornitori responsabili della gestione del sito web "<https://meno-debiti.it>" e del sito web "<https://www.soluzione-finanziaria.com>" dal continuare ad utilizzare tali pagine nell'interesse della Società, altresì intimando l'immediata cancellazione di qualsiasi riferimento alla Società stessa o ai servizi da questa commercializzati, contestando l'inadempimento contrattuale e la violazione di ulteriori precetti, con riserva di agire in giudizio e nei confronti di qualsivoglia autorità

competente ai fini della tutela e della salvaguardia dei propri diritti, anche di natura reputazionale;

- (ii) previo conferimento di apposito mandato ai legali di fiducia della Società, contesterà

la responsabilità contrattuale per violazione dei basilari precetti di diligenza, anche per omesso controllo sulle attività irregolari dei fornitori, con riserva di agire in giudizio e nei confronti di qualsivoglia autorità competente ai fini della tutela e della salvaguardia dei propri diritti, anche di natura reputazionale.

Periodo temporale

Le attività relative al presente impegno hanno avuto inizio il 15.11.2025 e saranno ragionevolmente ultimate entro il 15.02.2026, salvo l'inizio e la prosecuzione di eventuali azioni legali che potranno proseguire oltre.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (viii) a (ix) (della Proposta di Impegni).

5. Approvazione annuale del piano marketing da parte dell'organo amministrativo. Informativa trimestrale sul rispetto del piano

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna ad adottare una governance rafforzata sulle attività di marketing e di informazione commerciale mediante:

- (i) l'istituzione di una procedura di approvazione preventiva annuale del piano marketing da parte dell'organo amministrativo, con il parere della Funzione Audit e dell'OdV;
- (ii) la trasmissione di una relazione trimestrale all'organo amministrativo, da parte del responsabile marketing, in merito all'esecuzione del piano, alle specifiche iniziative adottate, alle attività gestite internamente e a quelle delegate ai fornitori, al fine di permettere una costante vigilanza in corso di esecuzione;
- (iii) l'istituzione di un processo di definizione ed approvazione preventiva dei contenuti, da applicarsi ai fornitori; tale processo includerà sia le linee guida per la redazione dei contenuti che un vaglio di approvazione, da parte della Società, su ogni contenuto prima della pubblicazione.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.01.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.07.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (viii) a (ix) e al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

6. Potenziamento della formazione per il dipartimento commerciale.

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna a introdurre:

- (i) un modulo obbligatorio di formazione, destinato a tutti gli addetti attuali del dipartimento commerciale, e ad ogni nuovo addetto, dedicato all'approfondimento delle norme del Codice del Consumo (artt. 20-27 e artt. 33-35);
- (ii) un modulo obbligatorio di formazione, destinato a tutti gli addetti attuali del dipartimento commerciale, e ad ogni nuovo addetto, dedicato all'approfondimento delle prescrizioni sancite dal Codice Bravo;
- (iii) un modulo di formazione continua annuale, destinato a tutti gli addetti del dipartimento commerciale, avente ad oggetto gli aspetti individuati come più rilevanti dall'organo amministrativo, sulla base dei report predisposti dalla Funzione Audit.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.01.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.12.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

7. Riforma delle politiche di remunerazione del

Contenuto testuale dell'impegno

La Società ha già adottato un sistema di incentivazione applicabile al personale commerciale e direzionale coinvolto

**dipartimento
commerciale.**

nei processi di vendita, strutturato in modo coerente con i principi di correttezza, trasparenza e tutela della clientela. Nell'ambito del processo di continuo miglioramento dei presidi di governance commerciale, la Società intende rafforzare e perfezionare ulteriormente tale struttura, anche mediante l'aggiornamento o l'integrazione delle policy interne esistenti. In particolare, il sistema di incentivazione sarà riequilibrato attraverso un duplice approccio:

- (i) la previsione di una componente incentivante articolata per su parametri quantitativi, correlati ai risultati conseguiti, e per su una valutazione discrezionale del team manager, fondata sull'ascolto e sulla verifica quotidiana delle interlocuzioni del personale commerciale appartenente al team;
- (ii) l'applicazione di meccanismi di *malus*, secondo le linee guida illustrate all'Allegato A, graduati in funzione delle categorie, dell'incidenza e della gravità dei comportamenti illegittimi accertati dalla Funzione Audit in relazione a specifiche posizioni cliente.

In tale contesto, ai fini della determinazione delle componenti premiali della remunerazione spettanti al dipartimento commerciale, la Funzione Audit sarà chiamata a esprimere un parere positivo, potendo, in presenza di criticità rilevate, richiedere all'organo amministrativo l'applicazione dei predetti meccanismi di *malus*.

Tale impostazione è finalizzata a rafforzare i meccanismi di prevenzione di pratiche commerciali scorrette o non diligenti, assicurando che le politiche di incentivazione non favoriscano comportamenti orientati al solo raggiungimento di determinati volumi di vendite, ma promuovano una condotta professionale responsabile, sostenibile e coerente con gli interessi della clientela.

La politica di remunerazione è soggetta, almeno una volta l'anno, ad un riesame interno condotto dall'organo amministrativo con il supporto della Funzione Audit.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.01.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.07.2026.

Profili di illegittimità relativi al presente impegno

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

8. Revisione della durata contrattuale

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna a ridurre la durata del contratto stipulato con la clientela, che sarà pertanto rideterminata da ventiquattro (24) mesi a diciotto (18) mesi.

Alla scadenza del predetto termine, qualora non sia intervenuto un effettivo beneficio in favore del cliente, consistente nella rinegoziazione e/o rimodulazione delle condizioni di rimborso del debito, la Società provvederà, in conformità a quanto già previsto dalle disposizioni contrattuali vigenti, alla restituzione integrale delle commissioni fino a quel momento maturate.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno riguarderà tutti i contratti stipulati a partire dal 01.09.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

9. Corresponsione di ristori. Nuova adesione ai servizi su base volontaria

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna, nei confronti dei clienti che hanno presentato segnalazioni a codesta Autorità (elencati all'Allegato B e per gli importi ivi indicati), a rimborsare integralmente, ove tale rimborso non sia già avvenuto, le commissioni da ciascuno di essi corrisposte, per un importo complessivo pari a Euro 59.506,64.

La Società in ogni caso si impegna, nei confronti di tutti i clienti che hanno presentato segnalazioni a codesta Autorità fino al termine del periodo di istruttoria di cui al presente Procedimento, a rimborsare integralmente, ove tale rimborso non sia già avvenuto, le commissioni da ciascuno di essi corrisposte.

Contestualmente all'erogazione del ristoro, la Società si impegna altresì a sottoporre ai suddetti clienti una proposta, del tutto facoltativa e rimessa alla loro piena discrezionalità, volta a consentire loro di aderire nuovamente ai servizi, al fine di sperimentarne in concreto l'utilità.

In tale ipotesi, la Società si impegna a prevedere che il cliente sia tenuto al pagamento delle commissioni esclusivamente in caso di effettivo conseguimento di un beneficio, consistente nella rinegoziazione delle condizioni di rimborso del debito e/o nella riduzione dell'importo dovuto mediante accordi a saldo e stralcio.

In ogni caso, quale condizione per l'ottenimento del ristoro, la Società si riserva di richiedere al cliente la remissione di eventuali querele e/o la rinuncia ad ulteriori segnalazioni o azioni relative ai medesimi fatti.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.04.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 30.09.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

10. Adozione di una policy di gestione delle richieste di rimborso

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna a redigere e adottare una policy strutturata per la gestione delle richieste di rimborso, alla quale conformare il trattamento delle future istanze restitutorie pervenute dalla clientela, formalizzando in tal modo le prassi operative già autonomamente seguite dalla Società.

Inoltre, per i clienti che manifestano insoddisfazione per i servizi resi dalla Società, pur senza farsi promotori di istanze all'autorità ovvero diffide a mezzo di legali, a discrezione della Società, saranno disposte misure compensative (ad esempio in termini di sconti sul prezzo dei servizi ovvero di estensione temporale dei servizi medesimi a carattere gratuito).

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno inizierà a partire dal 01.04.2026 e sarà ragionevolmente ultimata entro il 31.12.2026.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

11. Audit al termine dell'implementazione degli impegni

Contenuto testuale dell'impegno

La Società si impegna a conferire incarico a una primaria società di revisione indipendente affinché proceda a una verifica dell'effettiva implementazione e corretta applicazione di tutti gli impegni assunti ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, dell'art. 8, comma 7, del D. Lgs. 145/2007 e dell'art. 10 del Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa.

All'esito dell'attività, la società di revisione predisporrà una relazione contenente le risultanze delle verifiche svolte, che la Società si impegna a trasmettere all'Autorità.

Periodo temporale

L'attuazione del presente impegno avrà inizio a decorrere dalla data di effettiva implementazione dell'ultimo degli impegni assunti e, in ogni caso, entro e non oltre il 31.12.2026; essa sarà ragionevolmente completata entro un termine massimo di 180 giorni dall'avvio.

Profili di illegittimità rilevanti

Profili indicati al par. 3.1, lett. da (i) a (vii), nonché al par. 3.2 (della Proposta di Impegni).

5. CONSIDERAZIONI CIRCA L'AMMISSIBILITÀ E L'IDONEITÀ DEGLI IMPEGNI A RIMUOVERE I PROFILI DI ILLEGITTIMITÀ CONTESTATI NELL'AVVIO DELL'ISTRUTTORIA

Nel presente paragrafo saranno illustrate le considerazioni in ordine all'ammissibilità e all'idoneità degli impegni descritti (v. par. 4), seguendo la progressione ivi adottata. Per ciascun impegno, in particolare, saranno richiamati gli specifici profili di illegittimità cui esso intende porre rimedio ovvero mitigarne gli effetti, ed eventualmente prevenirne la ricomparsa, evidenziando le argomentazioni per cui lo si reputa idoneo a tale scopo.

Da ultimo, verranno svolte alcune brevi considerazioni circa gli impegni nella loro dimensione complessiva, ossia tenuto conto dell'azione comune e combinata delle diverse misure, altresì precisando perché la Società ritiene che una simile articolazione di iniziative, nel suo insieme intesa, sia idonea a sanare i profili di illegittimità riscontrati e a prevenire il rischio di future violazioni.

5.1 Considerazioni: Impegno 1 - Presidi attualmente esistenti

Considerazioni sui presidi attualmente esistenti

Il potenziamento dei presidi attualmente esistenti (Contratto, Informativa, Codice Bravo, Sistema di reporting, Funzione Audit, Modello, OdV) costituisce un elemento idoneo – seppur da solo non sufficiente – a mitigare considerevolmente i profili di illegittimità di cui al par. 3.1 lettere da (i) a (vii), rispetto alla comunicazione di informazioni false, decettive e/o fuorvianti e al par. 3.2, rispetto al potenziale sfruttamento della vulnerabilità dei consumatori.

L'irrobustimento di tali strumenti, unitamente ad una maggiore diffusione e sensibilizzazione a tutti i livelli, dalla governance, al management, all'organizzazione, sulle tematiche di compliance, permette da un lato di rafforzare la consapevolezza del perimetro entro cui l'attività commerciale della Società deve svolgersi, caratterizzato dal rispetto degli obblighi informativi e di trasparenza, dall'altro permette di disporre le opportune misure di controllo e verifica affinché ciò abbia effettivamente luogo.

In particolare, la funzione combinata di Informativa e Contratto è utile ad illustrare la natura del servizio, la qualità del professionista (i.e. la Società) e le modalità operative, segnatamente: gli effetti della sospensione dei pagamenti sui sistemi di informazione creditizia, le modalità dell'eventuale vantaggio economico conseguente alle attività del professionista, le modalità di quantificazione dei corrispettivi, i diritti dei clienti e così via. Il Codice Bravo, d'altra parte, rappresenta uno strumento prescrittivo indirizzato ad orientare i comportamenti degli operatori, distinguendo quelli ammissibili da quelli non ammissibili.

Il Sistema di reporting e la Funzione Audit, già pienamente operativi, da un lato permettono un puntuale tracciamento di tutte le attività con i clienti, dall'altro consentono di analizzare, e valutare, *ex post* le condotte tenute verso costoro dal personale commerciale.

Inoltre, il Modello è volto a prevenire la commissione dei reati presupposto potenzialmente idonei a integrare la responsabilità amministrativa dell'ente, nonché a garantire una gestione aziendale conforme ai più elevati standard normativi ed etico-organizzativi; l'OdV, per converso, è preposto a vigilare sulla effettiva applicazione del Modello, supervisionandone la concreta attuazione e il costante aggiornamento.

(Segue): le revisioni contrattuali

Nell'ambito di quella che sarà una più ampia revisione di tutti i documenti che compongono il Set Contrattuale, la Società ha inteso valorizzare i preziosi suggerimenti offerti da codesta Autorità formulando proposte di revisione specifiche.

In particolare, il dato relativo alla durata del rapporto contrattuale verrà ulteriormente evidenziato all'interno del Set Contrattuale mediante accorgimenti grafici idonei ad attrarre l'attenzione del cliente (quali, a titolo esemplificativo, l'utilizzo di caratteri in grassetto o sottolineati), al fine di garantirne una percezione immediata e inequivoca.

(Segue): il prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio

Riguardo al documento precedentemente denominato "Piano di Liquidazione", ed ora denominato "Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio", se ne produce sia la versione più aggiornata che la versione precedente (sub Allegato C), così da poterne apprezzare le modifiche. Queste, complessivamente considerate, muovono nella direzione di aiutare il potenziale cliente a valutare correttamente sia la propria situazione di indebitamento che il rapporto costi-benefici del servizio. Sotto questo profilo, gli interventi rispondono ai principi di cui agli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo e rafforzano la posizione informativa del consumatore nel momento che precede la sottoscrizione del contratto.

In particolare, considerando la prima pagina del documento, occorre rilevare brevemente i seguenti profili principali:

- a. quanto all'indicatore precedentemente denominato «Sovraindebitamento Critico», è stata disposta la sostituzione della dicitura con una formula descrittiva neutra («Indicatore di sostenibilità del debito») e l'ancoraggio di ogni soglia quantitativa alla stima soggettiva formulata dalla Società sulla base della propria esperienza. Tali misure sottraggono alla rappresentazione l'effetto allarmistico e l'impropria evocazione di una nozione tecnica del Codice della crisi (art. 2, comma 1, lett. c, D.Lgs. 14/2019);
- b. la sezione «Piano informativo di gestione debitoria», nonché la qualificazione espressa dei valori come stima non vincolante – altresì fondata sull'esperienza maturata in transazioni analoghe e subordinata agli accordi con i creditori – unitamente all'abbandono di formule assertive⁵ in favore di formule condizionali⁶, mira ad impedire che la riduzione del debito sia percepita come automatica o garantita; l'interessato è così posto in condizione di apprezzarne la natura prognostica e la dipendenza dall'esito della trattativa con i creditori⁷.

Ulteriormente, passando alla seconda pagina del documento:

- c. è stata inclusa la sezione «Commissioni e costi del servizio», arricchita dal dettaglio analitico delle singole voci commissionali, ciascuna corredata della propria funzione, così consentendo all'interessato di avere un quadro completo e chiaro dei costi del servizio;

⁵ Il riferimento è a formule quali "di addio ai debiti che non riesci a pagare" ovvero "estinguere con uno sconto" presenti nella precedente versione del Piano di Liquidazione, v. Allegato C.

⁶ Come, ad esempio, la locuzione "stima preliminare" utilizzata nell'intestazione della nuova versione del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio, in luogo di "sconto", utilizzato nella precedente versione, v. Allegato C.

⁷ Come esplicitamente indicato già nell'intestazione della nuova versione del documento "Gli importi e le eventuali riduzioni dipendono dagli accordi con i creditori e dalla sua capacità di versamento", v. Allegato C.

- d. con enfasi, sono state poste le avvertenze essenziali⁸ sulla natura del servizio, che includono: (i) l'informazione circa la natura estimativa non garantita della riduzione; (ii) che il debito non è dovuto all'operatore, permanendo l'obbligazione verso i creditori; (iii) che, nelle more della rinegoziazione, rate e obbligazioni in essere restano valide ed esigibili, fermi restando gli effetti avversi in caso di interruzione delle stesse in termini di potenziali segnalazioni nei sistemi di informazioni creditizie; (iv) che i versamenti effettuati dal cliente sono necessari, *inter alia*, al pagamento del servizio offerto dalla Società e non equivalgono al pagamento del debito; inoltre, con l'obiettivo di dare maggior chiarezza, e lasciare che la sezione "Avvertenze" abbia il giusto rilievo, sono state ridotte all'essenziale le informazioni fornite in questa sezione.

Con riferimento particolare a tale specifica sezione, e onde permettere ai potenziali clienti di comprendere appieno la natura del servizio, è stato introdotto uno specifico disclaimer avente ad oggetto la relazione tra la possibilità di instaurare un dialogo negoziale con i creditori, oggetto del servizio offerto, e il mancato pagamento delle rate⁹.

(Segue): il *Cooling-off period*

Con riferimento all'introduzione del *cooling-off period* (della durata di almeno 24 ore), la sua introduzione deriva dalla specifica indicazione fornita da codesta Autorità; tale presidio è stato infatti ritenuto idoneo a consentire al cliente una più ampia riflessione sul contenuto del Set Contrattuale prima della sottoscrizione del medesimo.

5.2 Considerazioni: Impegno 2 – Irrobustimento della Funzione Audit

L'ampliamento del perimetro delle attività relative alla Funzione Audit risulta, ad avviso di chi scrive, idoneo in particolare a porre rimedio alle criticità indicate al par. 3.1. lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2.

L'incremento del 50% dei controlli a campione permette di intercettare, in misura più significativa, eventuali comunicazioni illegittime, e disporre la conseguente applicazione di provvedimenti disciplinari in funzione del catalogo sanzionatorio già tipizzato, con l'obiettivo di incidere, con funzione deterrente, sui profili comportamentali dei singoli operatori, consentendo un'applicazione più estesa della disciplina interna e riducendo la probabilità di diffusione (e reiterazione) delle condotte illegittime.

Ulteriormente, la predisposizione di una relazione trimestrale all'organo amministrativo da parte della Funzione Audit rafforza in modo apprezzabile il presidio di vigilanza interna. Tale flusso informativo periodico consente infatti, da un lato, una rilevazione tempestiva e sistematica di eventuali condotte non conformi, dall'altro, permette all'organo amministrativo di acquisire una conoscenza piena e aggiornata delle dinamiche operative che emergono dall'attività di audit, così rendendo possibile sia una più rapida adozione di misure correttive e sanzionatorie, sia la programmazione di interventi formativi mirati, calibrati sulle criticità riscontrate.

⁸ Sezione "Avvertenze", nuova versione del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio, v. Allegato C.

⁹ Sezione "Avvertenze", nuova versione del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio, v. Allegato C, testualmente "L'esecuzione delle attività di negoziazione operate da Bravo con i creditori presuppone il mancato pagamento delle rate da parte del cliente, nonché l'attesa dei tempi tecnici di attivazione dei canali di negoziazione da parte del creditore. Tale mancato pagamento rappresenta la principale ragione per cui i creditori sono disposti a negoziare con Bravo. Il mancato pagamento delle rate potrebbe comportare l'iscrizione nei sistemi di informazione creditizia."

La validazione preventiva dei report di rendicontazione nei casi di recesso risponde direttamente all'esigenza di prevenire omissioni informative in ordine alle modalità di calcolo dei corrispettivi, nonché di evitare l'eventualità che vengano trattenute ingiustificatamente somme dovute al cliente.

In questo quadro, il predetto incremento dei controlli a campione, [REDACTED], [REDACTED], assicura una copertura permeante e significativa delle azioni commerciali, [REDACTED] e pertanto idonea su base probabilistica a consentire l'intercettazione di eventuali condotte non conformi e l'adozione delle conseguenti misure correttive. Rileva, inoltre, ribadire l'ampiezza dello spettro di controllo, il quale è da intendersi esteso alle telefonate e a tutte le comunicazioni commerciali, anche digitali, e dunque coerente con la natura multicanale del processo di vendita.

Da ultimo, occorre brevemente precisare che il controllo non ha carattere generico, ma è diretto *inter alia* a verificare l'effettiva comprensione, da parte del cliente, delle informazioni di natura commerciale prima della sottoscrizione del contratto, nonché, parimenti, il rispetto del *cooling-off period* (v. par. 5.1).

5.3 Considerazioni: Impegno 3 – Integrazione del Codice Bravo

L'integrazione del Codice Bravo mediante l'inserimento di informazioni da comunicare obbligatoriamente verbalmente incide in ordine alla rimozione dei profili di illegittimità indicati al par. 3.1 lett. da (i) a (vii) e quelli di cui al par. 3.2.

La previsione di uno "script" obbligatorio, ossia di messaggi dal tenore letterale tipizzato che ogni operatore deve esporre, elimina il margine di discrezionalità nella comunicazione verbale ai clienti delle informazioni relative ai servizi, così riducendo, *inter alia*, il rischio di indebite prospettazioni di riduzione del debito come risultato garantito, rappresentazioni inesatte o fuorvianti sulle rate e sul ruolo della Società, ovvero altre divagazioni fuorvianti come quelle relative a banche dati, rapporti privilegiati con i creditori e rassicurazioni circa l'assenza di rischi di segnalazioni nei sistemi di informazioni creditizie. Un simile sistema, inoltre, permette di trasmettere a ciascun cliente una descrizione "standard" del servizio e delle azioni svolte dalla Società, nell'interesse del cliente, con i suoi creditori.

In aggiunta, l'invito a leggere l'Informativa e il Contratto rafforza la posizione del consumatore e risponde agli obblighi di trasparenza, riducendo potenziali situazioni di asimmetria informativa che costituiscono il principale elemento caratterizzante delle condotte indicate al par. 3.2.

Con riferimento a quanto indicato nell'Allegato D, sono stati prodotti gli *script* delle informazioni condivise dagli operatori del dipartimento commerciale ai potenziali clienti durante i momenti di contatto telefonico. Tali indicazioni, caratterizzate da linguaggio semplice e chiaro, mirano a semplificare la comprensione del cliente circa le caratteristiche del servizio, il tutto rispetto ai profili già analiticamente enumerati nel testo della proposta di impegno di cui trattasi. In proposito, è opportuno chiarire che è stato espunto dal testo ogni riferimento alla terminologia propria della disciplina del D.Lgs. 14/2019 (cd. Codice della Crisi di Impresa), come ad esempio "*piano di ristrutturazione*", sostituendoli con sinonimi idonei.

Da ultimo, occorre precisare che gli *script* relativi al contenuto del rapporto contrattuale ovvero alle modalità di esecuzione dei servizi saranno in ogni caso utilizzati durante la telefonata (cd. "**Chiamata di benvenuto**") effettuata dalla Società dopo la sottoscrizione del Set Contrattuale, e che la stessa avrà luogo entro il termine utile all'esercizio del diritto di ripensamento da parte del cliente.

5.4 Considerazioni: Impegno 4 – Diffida ai fornitori. Provvedimenti disciplinari

Il vaglio, già realizzato, delle responsabilità imputabili ai fornitori, e in particolare la conseguente diffida – indirizzata ai fornitori gestori della realizzazione del sito web "<https://meno-debiti.it>" e del sito web "<https://www.soluzione-finanziaria.com>" e dei loro contenuti – volta a imporre l'immediata cessazione dell'utilizzo di tali siti nell'interesse della Società e la rimozione di qualsiasi riferimento alla stessa e ai servizi da essa offerti, costituisce una misura idonea a rimuovere direttamente i profili di illegittimità indicati al par. 3.1 lett. (viii) e (ix), relativi alla diffusione di comunicazioni ingannevoli (es. qualificazione come intermediario vigilato, risparmi "fino all'80%", presenza di un esperto "100% gratuito").

Parimenti, il vaglio, già realizzato, delle responsabilità interne del dipartimento marketing e , contribuisce a prevenire la reiterazione delle condotte contestate, sanzionando le carenze di supervisione che hanno consentito la pubblicazione dei suddetti contenuti e incentivando, in ottica prospettica, una più capillare azione di controllo sui rapporti con i fornitori esterni e sui materiali promozionali da questi veicolati, nonché, in generale, l'esigenza di sottoporre qualsiasi iniziativa di marketing alle necessarie verifiche di conformità, stante il contesto in cui opera la Società.

5.5 Considerazioni: Impegno 5 – Approvazione annuale del piano marketing da parte dell'organo amministrativo. Informativa trimestrale sul rispetto del piano

L'introduzione di un sistema di governance rafforzata relativa alla funzione di marketing, che si sostanzia da un lato in una procedura di approvazione annuale preventiva del piano marketing e dall'altro nella trasmissione dei report trimestrali sullo stato di attuazione dello stesso, risulta particolarmente idoneo a porre rimedio alle criticità indicate al par. 3.1. lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2.

In particolare, il coinvolgimento dell'organo amministrativo, nonché della Funzione Audit e dell'OdV in funzione consultiva, assicurano l'esistenza di un presidio di controllo sia formale sia sostanziale sulle strategie promozionali di più alto livello, nonché sulle attività di marketing gestite internamente e su quelle delegate in *outsourcing* a fornitori esterni. Tale assetto di governance consente di verificare, con approccio sistematico e documentato, la coerenza del piano marketing rispetto alle policy interne della Società, al Codice Bravo e alla normativa consumeristica applicabile, con specifico riguardo ai profili di trasparenza, correttezza delle informazioni, tutela dei consumatori vulnerabili e prevenzione di possibili pratiche commerciali scorrette.

L'obbligo di reporting trimestrale verso l'organo amministrativo riduce significativamente il rischio di scostamenti operativi rispetto al quadro programmatico e impone una periodica rendicontazione dello stato di attuazione del piano di marketing, delle iniziative intraprese, nonché permette all'organo amministrativo di raffrontare lo stato di attuazione del piano marketing con i report – e le criticità principali da essi emergenti – di volta in volta prodotti dalla Funzione Audit. In tal modo, la Società è posta nelle condizioni di intervenire in modo tempestivo e mirato per correggere anomalie e riallineare le condotte operative alle prescrizioni normative e alle proprie regole interne. La misura incide, pertanto, sui profili organizzativi e gestionali che potrebbero aver favorito in passato la diffusione delle pratiche commerciali contestate, attuate

o facilitate con il concorso dell'azione dei fornitori o dell'omessa vigilanza sull'operato degli stessi da parte delle funzioni preposte.

Ulteriormente, il processo di definizione ed approvazione preventiva dei contenuti permette da un lato di uniformare il tenore comunicativo dei contenuti gestiti dai fornitori mediante l'applicazione di linee guida, dall'altro alla Società di vagliare attivamente i contenuti proposti sui canali dei propri fornitori, individuando e segnalando le inconsistenze contenutistiche e imponendone la rettifica ove necessario, il tutto prima della eventuale pubblicazione.

Con riferimento al presente impegno, occorre da ultimo precisare che la Società sta già implementando le misure sopra descritte e prevede di ultimare l'attuazione entro fine luglio 2026.

5.6 Considerazioni: Impegno 6 – Potenziamento della formazione per il dipartimento commerciale

L'introduzione di moduli formativi obbligatori, strutturati e con verifica finale dell'apprendimento, destinati al dipartimento commerciale, si configura quale misura idonea a porre rimedio alle criticità indicate al par. 3.1. lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2.

In particolare, la formazione dedicata agli artt. 20–27 e 33–35 del Codice del Consumo incide sul comportamento degli addetti del dipartimento commerciale sensibilizzandoli sull'importanza di evitare comportamenti idonei a diffondere informazioni ingannevoli o comunque non aderenti alla realtà del servizio offerto ovvero omettere informazioni rilevanti, idonee a limitare la consapevolezza del consumatore circa i rischi e le condizioni economiche del servizio. Il modulo formativo specificamente dedicato al Codice Bravo rafforza, sul piano operativo, l'obbligo di correttezza, lealtà e trasparenza nelle interazioni con consumatori in condizioni di fragilità o indebitamento critico, traducendo i principi etici in regole di condotta concrete per gli operatori.

Da ultimo, la previsione di attività di formazione continua, aggiornate con cadenza periodica e sulla base dei rilievi mossi dalla Funzione Audit, consente di consolidare nel tempo l'efficacia dell'intervento formativo iniziale, garantendo, da un lato, un costante presidio di sensibilizzazione degli operatori sui temi oggetto di formazione (in particolare, sugli obblighi informativi, sui divieti di pratiche commerciali scorrette e sulla tutela dei consumatori vulnerabili) e, dall'altro, un sistematico aggiornamento degli stessi in ordine alle best practice commerciali via via elaborate, testate e implementate dalla Società.

In tal modo, la formazione non si esaurisce in un adempimento meramente formale, ma diviene uno strumento dinamico di adeguamento organizzativo e comportamentale, idoneo ad alimentare un costante allineamento delle condotte degli operatori alle norme applicabili, alle procedure interne e agli standard professionali richiesti.

5.7 Considerazioni: Impegno 7 – Riforma delle politiche di remunerazione del dipartimento commerciale

La riforma del sistema di incentivazione costituisce un presidio strutturale idoneo a porre rimedio alle criticità indicate al par. 3.1 lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2, intervenendo sulle leve retributive che orientano, di fatto, i comportamenti del personale commerciale. La misura incide sulle possibili cause comportamentali alla base delle pratiche

contestate, riducendo così il rischio che l'obiettivo di concludere il maggior numero possibile di contratti prevalga sul rispetto degli obblighi di correttezza e trasparenza verso il consumatore.

Al fine di delineare un sistema di incentivazione pienamente rispondente alle esigenze rappresentate da codesta Autorità, la Società ha ritenuto opportuno mutuare, nei limiti della compatibilità e della proporzionalità, i principi che presidiano le politiche di remunerazione degli intermediari bancari e finanziari¹⁰.

In particolare, l'introduzione di soluzioni che limitino la componente variabile del corrispettivo, in termini di *malus* o *claw-back*, relativamente alla remunerazione del dipartimento commerciale si ritengono idonee a scoraggiare

- (i) eventuali pressioni commerciali indebite sul consumatore, volte a indurlo alla sottoscrizione del contratto indipendentemente dall'effettiva adeguatezza del servizio rispetto alla sua situazione, nonché la rappresentazione di promesse di risultati non garantiti (ad esempio in termini di percentuali di riduzione del debito o di esito delle trattative), formulate allo scopo di massimizzare i contratti stipulati;
- (ii) omissioni informative rilevanti, funzionali ad abbreviare il processo decisionale del consumatore e a limitarne la consapevolezza sui rischi e sui costi del servizio;
- (iii) conclusione di contratti con consumatori in condizioni non compatibili con i requisiti di accesso o con le finalità del servizio, per il solo perseguimento dell'obiettivo di vendita.

Parallelamente, l'introduzione di indicatori qualitativi quali ad esempio il rispetto del Codice Bravo, l'esito positivo dei controlli di audit sulle chiamate e il livello di soddisfazione espresso dai clienti, orienta il sistema premiante verso la valorizzazione dei comportamenti virtuosi conformi agli obblighi informativi e alle norme a tutela dei consumatori, di guisa da non incentivare la mera quantità dei contratti, ma la qualità della relazione con il cliente, nonché il rispetto delle regole interne e della normativa consumeristica.

La struttura proposta bilancia
 rimessa al prudente apprezzamento di ciascun team manager del dipartimento commerciale sulla base dell'osservazione diretta e continuativa dell'operato quotidiano dei propri collaboratori (i.e. i teleoperatori del dipartimento commerciale). Tale componente, lungi dal costituire un mero elemento di discrezionalità nella determinazione della remunerazione, aspira ad essere un presidio a carattere preventivo: la sua funzione primaria è quella di operare quale fattore deterrente rispetto a condotte commerciali illegittime e, al contempo, di consentire la tempestiva intercettazione di comportamenti non conformi sin dal momento in cui si manifestano, prima che il protrarsi degli stessi possa determinare il consolidamento di un effettivo pregiudizio in danno della clientela.

Inoltre, è stato previsto un sistema che gradua la componente variabile del corrispettivo sulla base di meccanismi di *malus* applicati alla remunerazione premiale su base mensile, volti a riflettere la cattiva condotta del soggetto interessato¹¹, e puntualmente indicati all'Allegato A.

Ad ulteriore rafforzamento dell'impianto complessivo, è previsto che la Funzione Audit svolga un ruolo attivo di verifica nell'applicazione delle politiche di remunerazione¹².

¹⁰ Come disciplinati dalla Direttiva 2013/36/UE (Capital Requirements Directive — CRD IV), successivamente novellata dalla Direttiva 2019/878/UE (CRD V).

¹¹ Cfr. art. 94, par. 1, lett. n), CRD IV.

¹² Cfr. art. 95, CRD IV.

In tale prospettiva, l'attribuzione a detta Funzione del potere di esprimere un parere vincolante ai fini della determinazione delle componenti premiali (e, per altro verso, ai fini dell'applicazione di malus) costituisce un significativo presidio di governance, idoneo ad assicurare che il processo di riconoscimento della remunerazione variabile sia sottoposto a un vaglio indipendente. Nel medesimo solco si colloca la previsione di un riesame almeno annuale della politica di remunerazione, condotto dall'organo amministrativo con il supporto della Funzione Audit¹³.

5.8 Considerazioni: Impegno 8 – Revisione della durata contrattuale

La revisione della durata contrattuale, ridotta da ventiquattro (24) a diciotto (18) mesi, si configura quale misura idonea a porre rimedio, seppur indirettamente, alle criticità indicate al par. 3.1. lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2 della Proposta di Impegni.

Sotto il profilo squisitamente contrattuale, tale riduzione opera un netto rafforzamento della posizione del cliente, comprimendo il periodo entro il quale la Società deve *dimostrare* di aver prodotto un risultato utile, ossia un'effettiva rinegoziazione o rimodulazione del debito.

Sia consentito evidenziare che tale previsione, unitamente alla restituzione integrale delle commissioni – già presente nel Set Contrattuale, per cui le commissioni maturate vengono integralmente restituite alla scadenza del contratto in assenza di un risultato effettivo – determina un significativo avvicinamento del modello contrattuale adottato dalla Società allo schema tipico delle obbligazioni di risultato.

Il rilievo è tanto più significativo ove si consideri che l'obbligazione assunta dalla Società nei confronti della propria clientela ha natura di obbligazione di mezzi (e non potrebbe essere altrimenti, attesa la fisiologica aleatorietà dell'esito negoziale con i creditori¹⁴). Ciononostante, la Società ha scelto di non limitarsi a garantire il diligente adempimento delle proprie obbligazioni (i.e. la negoziazione con i creditori), ma ha inteso vincolare la propria componente sinallagmatica del rapporto (i.e. la remunerazione) ad un regime ben più gravoso (i.e. il raggiungimento del risultato consistente nel beneficio per il cliente), facendo ricadere su sé stessa il rischio dell'insuccesso della trattativa e allineando in modo strutturale il proprio interesse economico a quello della clientela.

5.9 Considerazioni: integrazioni all'Impegno 9 - Corresponsione di ristori. Nuova adesione ai servizi su base volontaria.

Nel solco delle istanze formulate da codesta Autorità, la Società ha inteso assumere l'impegno alla restituzione integrale delle commissioni corrisposte dai clienti segnalanti, quale misura ristoratoria appropriata e coerente a porre rimedio alle criticità indicate al par. 3.1 lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2 della Proposta di Impegni.

A fini di chiarezza e completezza, si riporta all'Allegato B l'elenco dei clienti, ivi inclusi i segnalanti a codesta Autorità, per cui è stato già effettuato, o la Società intende effettuare, un ristoro.

Come emerge dalla tavola acclusa all'Allegato, la Società ha inteso impegnarsi alla restituzione delle commissioni percepite da 46 clienti.

¹³ Cfr. art. 92, par. 2, CRD IV.

¹⁴ V. § 151, Nota Difensiva.

Tra costoro, è possibile notare come 18 clienti (39%), hanno già ottenuto un ristoro per un importo di Euro 36.550,92, in epoca antecedente all'avvio (ovvero alla conoscenza) del procedimento istruttorio in essere. Dei 18 clienti ai quali la Società ha già provveduto a corrispondere un ristoro, 6 risultano aver presentato segnalazione a codesta Autorità (importo complessivo ristorato pari ad Euro 8.014,32).

In ottemperanza al presente impegno, la Società pertanto corrisponderà ulteriori Euro 59.506,64 in favore di 28 clienti rimanenti, come dettagliato nella tavola all'Allegato B.

Occorre per inciso notare ulteriormente che, per 8 clienti (di cui 5 segnalanti a codesta Autorità), la Società ha negoziato con successo la posizione debitoria, permettendo l'ottenimento di sconti significativi (fino al 24,96%), ovvero la rimodulazione delle rate mediante piani di rimborso più favorevoli.

Tutte le menzionate circostanze attestano in modo tangibile ed effettivo come la Società non abbia inteso perseguire dinamiche predatorie nei confronti della propria clientela, ma abbia costantemente informato la propria condotta, anche prima della conoscenza di eventuali segnalazioni a codesta Autorità, alla composizione bonaria delle posizioni controverse, segnatamente laddove emergano oggettive mancanze e sussista da parte del cliente una volontà di interlocuzione.

A questo proposito, si ritiene utile portare all'attenzione di codesta Autorità il caso della signora [REDACTED], tra i consumatori che hanno inoltrato segnalazioni a codesta Autorità. La signora [REDACTED] aveva stipulato un contratto con la Società [REDACTED], esercitando successivamente il diritto di recesso [REDACTED] e provvedendo, per il tramite dell'avv. [REDACTED], a sporgere querela e a presentare segnalazione a codesta Autorità. All'esito di una negoziazione condotta direttamente tra la Società e la signora [REDACTED] quest'ultima ha acconsentito a proseguire nel percorso di assistenza offerto dalla Società, fruendo a titolo gratuito del servizio di supporto finalizzato al risanamento della propria esposizione debitoria e, parallelamente, ottenendo in via transattiva un ristoro omnicomprensivo pari ad Euro 3.000,00 (a fronte di soli Euro 945,47 effettivamente corrisposti a titolo di commissioni). [REDACTED]

[REDACTED]

Muovendo da questa esperienza concreta, l'iniziativa di offrire ai clienti ristorati la facoltà di aderire nuovamente ai servizi, su base integralmente volontaria, costituisce a giudizio della Società un elemento di particolare valore, atto a dimostrare concretamente l'efficacia tangibile del servizio offerto. La remunerazione prevista per tale nuova adesione è interamente strutturata secondo il modello del compenso a risultato (c.d. commissione di successo¹⁵), in virtù del quale il diritto alla commissione maturerà esclusivamente in caso di effettivo conseguimento di un beneficio in favore del cliente, e la relativa misura sarà determinata in funzione dell'entità del beneficio concretamente ottenuto.

Quanto alla previsione – quale condizione per l'ottenimento del ristoro – della sottoscrizione da parte del cliente di un impegno alla remissione di eventuali querele e alla rinuncia ad ulteriori segnalazioni o azioni relative al rapporto contrattuale oggetto di segnalazione a codesta Autorità, la Società ritiene che tale richiesta si configuri come una misura proporzionata e ragionevole, in considerazione del fatto che, per effetto della restituzione integrale delle commissioni, venga

¹⁵ V. § 74(d), Nota Difensiva.

integralmente meno il pregiudizio economico patito dal consumatore, e venendo così a cessare il presupposto sostanziale delle iniziative in precedenza intraprese.

Da ultimo, occorre rilevare che, con riferimento al presente impegno, è stato ritenuto opportuno ampliare la platea di potenziali beneficiari delle misure di ristoro così includendo tutti coloro i quali abbiano presentato una segnalazione (a codesta Autorità) entro il termine di chiusura dell'istruttoria di cui al presente Procedimento.

5.10 Considerazioni: integrazioni all'impegno 10 - Adozione di una policy di gestione delle richieste di rimborso.

Nel solco delle indicazioni formulate da codesta Autorità in materia di corresponsione di ristori, la Società ha inteso rafforzare ulteriormente il proprio assetto organizzativo mediante l'adozione di una policy dedicata alla gestione delle richieste di rimborso, fondata su criteri strutturati, uniformi e predeterminati, così da fornire un riscontro omogeneo alle istanze restitutorie che dovessero pervenire dalla clientela, il tutto attraverso l'adozione di un documento formale che ne disciplini tempi di riscontro, criteri di valutazione e livelli decisionali. Tale misura, lungi dal rappresentare un'innovazione radicale, si pone in linea di continuità con la prassi operativa già autonomamente seguita dalla Società.

L'impegno è specificamente finalizzato a porre rimedio, sebbene indirettamente e *pro futuro*, alle criticità individuate al par. 3.1, lettere da (i) a (vii), nonché a quelle indicate al par. 3.2 della Proposta di Impegni.

Nell'ambito di tale policy, nell'ottica di ampliare ulteriormente la soddisfazione dei clienti, per quanti dovessero manifestare insoddisfazione per i servizi resi dalla Società pur senza farsi promotori di istanze all'autorità ovvero diffide formulate a mezzo di legali, saranno disposte misure compensative.

Tali misure hanno l'obiettivo di intercettare, e auspicabilmente sanare, l'insoddisfazione del cliente prima del raggiungimento di uno stato patologico, pur mantenendolo all'interno del programma oggetto del servizio e così dando modo a questi di sperimentarne le caratteristiche beneficali, il tutto con un incentivo di natura economica, e ciò, a seconda del caso, in termini di sconto sui servizi già fruiti ovvero di periodo di fruizione aggiuntivo del servizio senza costi ulteriori.

5.11 Considerazioni: Impegno 11 – Audit al termine dell'implementazione degli impegni

L'impegno spontaneo a conferire l'incarico di verifica circa l'effettiva implementazione degli impegni proposti dalla scrivente a un valutatore terzo e indipendente (i.e. una primaria società di revisione) – sebbene non sia formalmente richiesto dalla disciplina vigente in materia di impegni ai sensi dell'art. 27, comma 7, del Codice del Consumo, dell'art. 8, comma 7, del D. Lgs. 145/2007 e dell'art. 10 del Regolamento sulle procedure istruttorie nelle materie di tutela del consumatore e pubblicità ingannevole e comparativa – non può che deporre a favore della serietà dell'approccio adottato dalla scrivente e circa la genuina volontà di assicurare a codesta Autorità e, per il suo tramite, ai consumatori, la piena verificabilità degli impegni proposti.

In particolare, la scelta di affidare tale verifica a un soggetto esterno anziché rimetterla alle sole funzioni di controllo interno della Società, e il conseguente impegno a trasmettere a codesta Autorità la relazione contenente gli esiti delle verifiche condotte, risponde a un'esigenza di obiettività e terzietà che codesta Autorità potrà ragionevolmente apprezzare quale garanzia di

affidabilità dell'effettivo adempimento degli impegni assunti, ponendo quest'ultima nelle condizioni di disporre di un riscontro documentale indipendente.

5.12 Considerazioni circa la dimensione complessiva degli impegni proposti dalla Società

L'analisi degli impegni nella loro dimensione complessiva evidenzia come l'azione congiunta delle misure adottate dalla Società – di governance, di natura organizzativa, di controllo interno, di formazione del personale e di revisione dei sistemi incentivanti – sia idonea a realizzare e rafforzare un sistema organico e coerente orientato alla prevenzione e mitigazione dei profili di illegittimità riscontrati da codesta Autorità.

In primo luogo, il mantenimento e il consolidamento dei presidi strutturali già in essere (Contratto, Informativa, Codice Bravo, Sistema di reporting, Funzione Audit, Modello e OdV) delineano un quadro di riferimento stabile entro cui si colloca l'attività della Società, garantendo un presidio continuativo sui requisiti di trasparenza, correttezza informativa e tutela del consumatore (Impegno 1). Tali presidi costituiscono la base organizzativa che consente alle ulteriori misure di trovare effettiva applicazione.

Su questa base si innesta la revisione dei materiali contrattuali e informativi; a titolo esemplificativo nuovo Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio, in sostituzione del precedente "Piano di Liquidazione", abbandona le formule assertive in favore di enunciati condizionali, qualifica espressamente i valori indicati come stime non vincolanti, espone in dettaglio analitico commissioni e costi e colloca in posizione di evidenza le avvertenze essenziali sulla natura del servizio (Impegno 1). Ne risulta rafforzata, nel momento che precede la conclusione del contratto, la posizione informativa del consumatore, in aderenza ai principi di cui agli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo.

L'integrazione del Codice Bravo (Impegno 3), attraverso l'introduzione di script obbligatori da utilizzare nelle comunicazioni con i clienti – ivi inclusa la "Chiamata di benvenuto", effettuata nei 14 giorni in cui il cliente può esercitare il proprio cd. diritto di ripensamento – consente di standardizzare le informazioni trasmesse dagli operatori, eliminando margini di discrezionalità forieri della diffusione di informazioni inesatte, fuorvianti o incomplete e assicurando che il contenuto della comunicazione verbale rifletta fedelmente quello dei materiali contrattuali e informativi. Tale misura si coordina con la formazione obbligatoria (Impegno 6), che assicura un aggiornamento costante del personale sulle norme consumeristiche e sui principi etici interni, rafforzando la capacità degli operatori di adempiere correttamente agli obblighi informativi; formazione peraltro modulata, nella sua componente continuativa, sulle risultanze dei report periodici della Funzione Audit (Impegno 2).

L'interruzione dei rapporti con i fornitori dei siti web coinvolti nelle condotte contestate (Impegno 4), unitamente all'avvicendamento delle risorse responsabili delle violazioni, produce l'eliminazione alla radice delle pertinenti irregolarità. In questo quadro rinnovato, il rafforzamento della governance del marketing (Impegno 5), mediante approvazione annuale del piano marketing e l'attività di reporting trimestrale, consente di presidiare in modo più stringente i contenuti promozionali diffusi dalla Società, soprattutto mediante terzi, prevenendo la diffusione futura di messaggi ingannevoli o non conformi alla normativa consumeristica.

La revisione dei sistemi di remunerazione del dipartimento commerciale (Impegno 7) interviene poi direttamente sulle leve comportamentali che, in passato, potrebbero aver favorito la realizzazione delle condotte contestate. Specularmente, il potenziamento della Funzione Audit (Impegno 2), mediante l'incremento dei controlli a campione

[] e il rafforzamento dei flussi informativi verso l'organo amministrativo, configura un controllo interno più penetrante e tempestivo, in grado di individuare e correggere più estensivamente eventuali condotte non conformi, riducendo significativamente il rischio di commissione e reiterazione delle pratiche oggetto di contestazione.

Sotto il profilo più propriamente contrattuale, la riduzione della durata del rapporto da ventiquattro a diciotto mesi (Impegno 8) comprime il periodo entro il quale la Società è chiamata a dimostrare l'utilità del proprio intervento e, unitamente alla restituzione integrale delle commissioni alla scadenza in assenza di un risultato effettivo, già prevista dal Set Contrattuale, determina un significativo avvicinamento del modello contrattuale allo schema delle obbligazioni di risultato, facendo gravare maggiormente sulla Società il rischio dell'insuccesso della trattativa e allineandone strutturalmente l'interesse economico a quello della clientela.

Sul versante rimediale, la corresponsione dei ristori (Impegno 9) assicura la restituzione integrale delle commissioni ai clienti segnalanti così rimuovendo del tutto gli effetti economici avversi legati alle criticità contestate. A tale intervento, rivolto al passato, si affianca in chiave prospettica l'adozione di una policy di gestione delle richieste di rimborso (Impegno 10), fondata su criteri strutturati, uniformi e predeterminati.

A chiusura dell'intero sistema si colloca l'audit affidato, al termine dell'implementazione degli impegni, a un valutatore terzo e indipendente (Impegno 11), con trasmissione a codesta Autorità della relazione contenente gli esiti delle verifiche condotte.

Considerati nel loro insieme, gli impegni presentano pertanto un'elevata capacità di integrazione reciproca e la Società ritiene che la complessiva articolazione degli stessi sia idonea a sanare i profili di illegittimità rilevati dall'Autorità e a prevenire il rischio di future violazioni, incidendo non solo sugli effetti delle criticità emerse, ma anche, e soprattutto, sulle loro cause organizzative, comportamentali e procedurali.

6. ELENCO DEGLI ALLEGATI

Si allegano alla presente comunicazione i seguenti documenti

- Allegato A - Linee guida per l'applicazione di malus sulla remunerazione commerciale
- Allegato B – Clienti destinatari di misure di ristoro
- Allegato C – Versione precedente del “Piano di Liquidazione” e versione aggiornata del medesimo, ora denominato “Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio”
- Allegato D – Script

Allegato A - Linee guida per l'applicazione di matus sulla remunerazione commerciale

Il presente Allegato individua e classifica le categorie di condotte suscettibili di determinare l'attivazione dei meccanismi di malus sulla componente variabile della remunerazione mensile del personale commerciale, graduandone l'incidenza in funzione della gravità e della potenziale lesività per gli interessi della clientela.

Categoria di condotta	Descrizione sintetica	Gravità	Incidenza sul bonus complessivo nel periodo considerato (%)	Note applicative
Mancate informazioni su aspetti non essenziali del contratto	Omissioni informative relative ad aspetti accessori o complementari del servizio, quali modalità operative secondarie, tempistiche non essenziali o servizi ancillari non direttamente connessi all'oggetto principale del contratto, non idonei da soli a incidere in modo determinante sulla formazione del consenso del cliente né ad alterarne in misura apprezzabile le scelte negoziali.	Bassa		Applicabile per singola contestazione accertata dalla Funzione Audit.
Omesse informazioni su aspetti essenziali del contratto	Omissioni o carenze informative aventi ad oggetto elementi fondamentali del rapporto contrattuale, la cui conoscenza è indispensabile affinché il cliente possa assumere una decisione negoziale consapevole. In particolare: durata del contratto e condizioni di rinnovo o recesso; modalità di calcolo, maturazione e corresponsione dei corrispettivi; natura (i.e. eventualità) dei benefici concretamente ottenibili; rischi connessi ai servizi, ivi compresi quelli derivanti da eventuali segnalazioni nei Sistemi	Elevata		Applicabile per singola contestazione accertata dalla Funzione Audit. La misura della riduzione è determinata in ragione della specifica rilevanza dell'informazione omessa e dell'entità del potenziale pregiudizio arrecato al cliente.

	di Informazioni Creditizie (SIC) e le possibili conseguenze sul merito creditizio del cliente.			
Informazioni fuorvianti su aspetti essenziali del contratto	Comunicazioni dolosamente ingannevoli rese al cliente in merito ai benefici conseguibili, agli esiti attesi o alle caratteristiche fondamentali del servizio, oggettivamente volte a carpire il consenso mediante una rappresentazione distorta o artificiosa della realtà. Tale fattispecie si caratterizza per un comportamento attivo del personale commerciale, consistente nella diffusione consapevole di informazioni false o fuorvianti, con una connotazione di maggiore disvalore soggettivo rispetto alla mera omissione.	Elevata		Applicabile per singola contestazione accertata dalla Funzione Audit.
Reiterazione di condotte	Ripetizione sistematica, anche nei confronti di una pluralità di clienti, di condotte riconducibili alle categorie di gravità Elevata, laddove siano accertati tre (3) o più casi nel medesimo periodo di osservazione (mensile). La reiterazione denota un pattern comportamentale incompatibile con i principi di correttezza, diligenza e tutela della clientela e rappresenta un indicatore di rischio strutturale che trascende la singola contestazione.			Applicabile dalla Funzione Audit con conseguente azzeramento integrale della componente variabile. Resta ferma la facoltà della Società di avviare i procedimenti disciplinari previsti dalla normativa applicabile e dalla contrattazione collettiva di riferimento.

Allegato B – Clienti destinatari di misure di ristoro

Cliente	Identificativo	Segnalazione AGCM	Commissioni maturate e percepite dalla Società	Ristoro o transazione già corrisposta	Ristori che la Società si impegna a corrispondere (Impegno 9)	Accordo raggiunto con i creditori	Tipologia di accordo con i creditori	Eventuale sconto ottenuto in funzione dell'accordo raggiunto	Note
Totale			82.934.03€	36.550.92€	59.506.64€				
		Si	940.53€	940.53€	Ristoro/transazione già effettuato				
		Si	809.57€		809.57€				
		Si	1.900.03€		1.900.03€				
		Si	1.264.05€		1.264.05€				
		Si	1.914.62€		1.914.62€				
		Si	861.92€		861.92€				

Si	945.47€	3,000.00€	Ristoro/transazione già effettuato	Accordo raggiunto	Piano di Rientro	0.23%	
No	4,272.28€	1,500.00€	Ristoro/transazione già effettuato	Accordo raggiunto	Piano di Rientro	0.23%	
Si	1,147.78€		1,147.78€				
Si	1,625.92€		1,625.92€				
No	1,124.69€	1,500.00€	Ristoro/transazione già effettuato	Accordo raggiunto	Piano di Rientro	0.00%	
Si	5,007.67€		5,007.67€				

	Si	1,247.61€		1,247.61€					
	No	0.00€	1,900.00€	Ristoro/transazione già effettuato					
	Si	1,878.57€		1,878.57€	Accordo raggiunto	Piano di Rientro	1.86%		
	No	391.36€	5,500.00€	Ristoro/transazione già effettuato	Accordo raggiunto	Saldo e stralcio		Transazione firmata il 07.07.2025, la Società ha corrisposto un ristoro pari a EUR 5.500 ed, aggiuntivamente, ha corrisposto 3.500€ al creditore, così estinguendo la posizione debitoria del cliente.	
	Si	0.00€	933.27€	Ristoro/transazione già effettuato					
	Si	1,520.24€		1,520.24€					

		Si	3,924.48€		3,924.48€	Accordo raggiunto	Saldo e stralcio	24,96%	La Società ha corrisposto EUR 1.779,96 al creditore, concludendo l'accordo come da contratto, così estinguendo la posizione debitoria
		Si	219.60€		219.60€				
		Si	1,896.86€		1,896.86€				
		No	3,633.30€	2,522.35€	Ristoro/transazione già effettuato				
		No	3,406.02€	1,800.00€	Ristoro/transazione già effettuato				
		Si	0.00€	593.77€	Ristoro/transazione già effettuato				
		Si	2,070.34€		2,070.34€				

	Si	0.00€		0.00€		Accordo raggiunto	Piano Ibrido (Rientro e Saldo e Stralcio)	20.00%	
	Si	5,868.58€		5,868.58€					
	Si	292.31€		292.31€					
	Si	0.00€	978.05€	Ristoro/transazione già effettuato					
	Si	0.00€	1,568.70€	Ristoro/transazione già effettuato					
	No	0.00€	2,290.96€	Ristoro/transazione già effettuato		Accordo raggiunto	Piano di Rientro	0.00%	
	Si	500.76€		500.76€					
	Si	2,259.67€		2,259.67€					
	Si	5,423.75€		5,423.75€					
	Si	600.20€		600.20€					

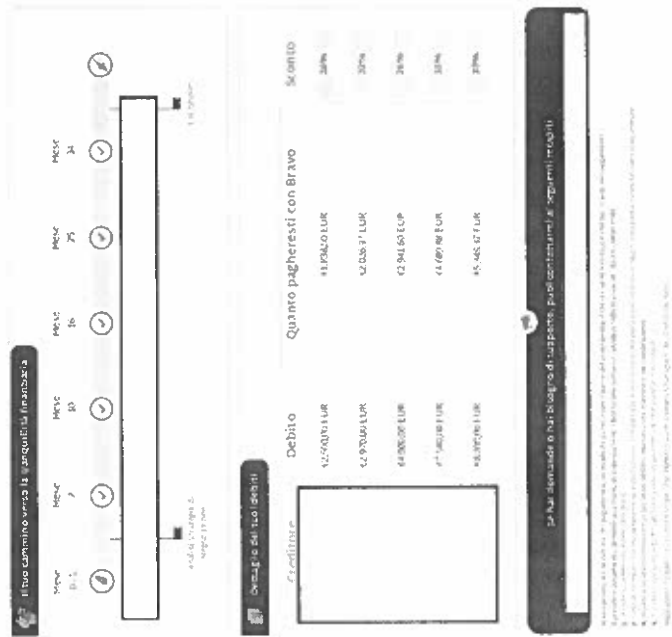
	Si	3,945.31€		3,945.31€	Accordo raggiunto	Piano di Rientro		
	Si	1,365.18€		1,365.18€				
	Si	3,079.14€		3,079.14€				
	Si	3,456.16€		3,456.16€				
	Si	4,450.32€		4,450.32€				
	Si	976.00€		976.00€				
	No	1,756.62€	3,040.20€	Ristoro/transazione già effettuato				
	No	900.07€	383.09€	Ristoro/transazione già effettuato				
	No	1,492.77€	3,000.00€	Ristoro/transazione già effettuato				
	No	2,112.40€	2,600.00€	Ristoro/transazione già effettuato				

Reparadora RTD Italia SRL
Via Gian Domenico Romagnosi 18/A Roma
P.IVA 11537850965

	No	2,451.88€	2,500.00€	Ristoro/transazione già effettuato					
--	----	-----------	-----------	---------------------------------------	--	--	--	--	--

Allegato C – Versione precedente del “Piano di Liquidazione” e versione aggiornata del medesimo, ora denominato “Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio”

Versione precedente di seguito (pag. 1 e, di fianco, pag. 2)



Allegato D – Script

In esecuzione dei principi fondamentali del Codice Bravo, a seguire sono riportate le comunicazioni da trasmettere obbligatoriamente al cliente a voce durante l'esecuzione del contatto telefonico prima della stipula del contratto con Bravo, e in ogni caso successivamente ove ciò si renda necessario, mediante qualsiasi mezzo ("Comunicazioni"). È necessario trasmettere al cliente le Comunicazioni attenendosi il più possibile al tenore letterale delle stesse, come contenute nel presente documento, senza apportare modificazioni. Per ognuna delle Comunicazioni è indicato il momento di contatto con il cliente nell'ambito del quale è necessario trasmetterla. È importante chiarire che le seguenti Comunicazioni non si intendono come integrali ed esaustive, l'operatore resta infatti libero di aggiungere ulteriori dettagli di natura commerciale o organizzativa qualora necessari ed opportuni all'esecuzione del servizio, purché non siano in contrasto con i principi fondamentali del Codice Bravo o non ingenerino comunque confusione con alcuna delle Comunicazioni.

Momento	Comunicazione (Script)
Durante la Chiamata di benvenuto	Bravo sostiene la cultura dei pagamenti, scoraggia comportamenti opportunistici e offre i suoi servizi esclusivamente a soggetti che dichiarano di essere inadempianti o che è probabile che lo diventino. È importante chiarire che Bravo non è suo creditore, non rappresenta alcuno dei suoi creditori e non ha acquistato il credito.
Immediatamente prima o dopo aver fornito copia del contratto e in ogni caso durante la Chiamata di benvenuto	In aggiunta alle informazioni fornite durante la nostra telefonata, la invito a prendere visione di tutte le condizioni del servizio, dettagliate nella documentazione precontrattuale. Per la massima trasparenza con i nostri clienti, alla documentazione precontrattuale abbiamo anche allegato il Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio.

Contestualmente o immediatamente dopo aver fornito copia del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio	Abbiamo provveduto a determinare il suo livello di indebitamento che risulta pari a [INDEBITAMENTO]. Sulla base delle sue attuali condizioni finanziarie abbiamo elaborato un Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio personalizzato che prevede il versamento di importi mensili sostenibili e pari a [IMPORTO MENSILE] Euro ogni mese.
Immediatamente prima o dopo aver fornito copia del contratto e in ogni caso durante la Chiamata di benvenuto	Le ricordo che, trattandosi di un contratto concluso a distanza, ha ricevuto [o riceverà a breve] tutta la documentazione contrattuale per iscritto, che dovrà confermare e sottoscrivere perché il contratto diventi effettivamente vincolante. Inoltre, come previsto dalla legge, avrà comunque diritto di recedere dal contratto senza alcuna penalità e senza obbligo di motivazione entro 14 giorni dalla stipula.
Contestualmente o immediatamente dopo aver fornito copia del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio e in ogni caso durante la Chiamata di benvenuto	È necessario precisare che i versamenti effettuati nell'ambito del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio non saranno corrisposti di volta in volta al creditore, e che pertanto il pagamento degli importi previsti dal contratto in favore di Bravo non possono essere assimilati al pagamento delle rate di rimborso dei debiti. I versamenti concorreranno alla formazione della provvista finanziaria necessaria per il regolamento dell'accordo di saldo e stralcio.

Quando necessario (se si nominano le recensioni)	Abbiamo recensioni medie su Trustpilot pari a [TRUSTPILOT VALUTAZIONE]. Trustpilot è una società indipendente che garantisce l'autenticità dell'esperienza del recensore con Bravo.
Immediatamente dopo aver fornito copia del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio e in ogni caso durante la Chiamata di benvenuto	Aderendo al servizio potrà beneficiare di uno sconto sul debito dovuto. È necessario precisare che tale sconto non è certo perché dipende dalla accettazione del creditore e non è neanche predefinito nell'ammontare. Sulla base dei dati a nostra disposizione lo sconto medio ottenuto dai clienti della nostra società è pari a circa il [DATO ATTUALE PERCENTUALE DI SCONTO MEDIA] dell'importo del debito originario. Quando avviamo una negoziazione in genere nel [NUM. PERCENTUALE] per cento dei casi si giunge ad un accordo di saldo e stralcio.
Contestualmente o immediatamente dopo aver fornito copia del Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio e in ogni caso durante la Chiamata di benvenuto	Fino alla definizione del saldo e stralcio il servizio avrà un costo che potrà essere rimborsato in caso di recesso soltanto decorsi 18 mesi dalla stipula del contratto. Noi assumiamo il rischio del buon esito della trattativa perché le rimborsiamo tutte le spese se entro 18 mesi non riusciamo a raggiungere un accordo. Tuttavia un'interruzione anticipata del contratto prima del 18esimo mese provocherà l'applicazione di costi, e quindi la restituzione di un importo inferiore rispetto a quello oggetto dei versamenti, in ragione del pagamento delle commissioni contrattualmente dovute.

Contestualmente o immediatamente dopo aver fornito copia del <i>Prospetto riepilogativo della situazione debitoria e del servizio</i>	L'esecuzione delle attività di negoziazione operate da Bravo con i creditori presuppone il mancato pagamento delle rate da parte del cliente, nonché l'attesa dei tempi tecnici di attivazione dei canali di negoziazione da parte del creditore. Tale mancato pagamento rappresenta la principale ragione per cui i creditori sono disposti a negoziare con Bravo. Il mancato pagamento delle rate potrebbe comportare l'iscrizione nei sistemi di informazione creditizia (SIC). L'attività di Bravo, in ogni caso, non comporta la cancellazione delle registrazioni a proprio carico presso le SIC. Le stesse verranno cancellate entro i termini stabiliti dalle rispettive SIC.
e in ogni caso durante la <i>Chiamata di benvenuto</i>	