

5 agosto 2009 0:00

Trasparenza bancaria: le nuove norme dettate da Bankitalia. Un buon inizio!

di Libero Giulietti



Il 29 luglio scorso, con un provvedimento a firma del Direttore Generale Fabrizio Saccomanni, la Banca d'Italia ha emanato nuove Istruzioni di vigilanza in materia di "Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari" e "Correttezza delle relazioni tra intermediari e i clienti".

Il provvedimento secondo quanto previsto nelle "Disposizioni transitorie e finali" contenute al paragrafo 5 della sezione I, entrerà in vigore 15 giorni dopo la sua pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale e le banche si dovranno adeguare, fatti salvi pochissimi aspetti, entro il 31 dicembre 2009.

Considerata la grande rilevanza degli interventi previsti, il tempo a disposizione delle banche e' pochissimo anche se, almeno nei primi tempi, potranno ragionevolmente confidare in una minore severita' della Banca d'Italia nell'esercitare ispezioni e controlli.

Le finalita' che l'Istituto di Vigilanza persegue sono comuni a quelle della disciplina previgente consistenti nel far si' che alla clientela siano fornite tutte le informazioni occorrenti in modo da consentire la comparazione fra le offerte delle varie banche e la scelta di quella piu' conveniente.

Nelle intenzioni, questo ampliamento delle informazioni dovrebbe attenuare la cosiddetta asimmetria informativa, mentre la possibilita' di effettuare un confronto fra le varie offerte bancarie, generando l'apertura e l'ampliamento di un mercato concorrenziale, **dovrebbe produrre un rafforzamento della posizione della clientela.**

Tale possibilita' di raffronto tra i prezzi e le condizioni applicate dalle varie banche dovrebbe:

- **da un lato**, incentivare la clientela a spostarsi dall'una all'altra banca con maggiore facilita' e frequenza e
- **dall'altro**, le banche stesse a porre sul mercato prodotti migliori a costi contenuti per fronteggiare perdite di clientela dovute a inefficienze o alti prezzi.

La situazione precedente

Si e' gia' detto che queste finalita' connotavano e permeavano gia' la preesistente disciplina di trasparenza bancaria, purtroppo, pero', senza molto successo, poiche' essa si era risolta in un notevole aggravio in termini di spese ed oneri organizzativi per le banche senza quel vantaggio che ci si attendeva per i clienti.

In particolare, la documentazione di trasparenza era risultata cosi' complicata e ridondante da essere di nessuno o scarso aiuto per l'ordinario cliente tant'e' vero che nessuno (o quasi) se ne serviva e i fogli informativi giacevano (se ancora c'erano) dimenticati da qualche parte nelle filiali delle banche.

I fogli informativi riportavano tutta, o quasi, la regolamentazione giuridica del contratto e la parte economica era composta da decine di voci per costi e commissioni a vario titolo che frustravano anche il piu' volenteroso tentativo di effettuare comparazioni.

Anche il Documento di sintesi - che nelle intenzioni della Banca d'Italia avrebbe dovuto dare l'immediata percezione delle condizioni principali applicate al singolo cliente - falliva lo scopo risolvendosi, quanto alla parte normativa, in una riedizione del contratto o del Foglio informativo e quanto alla parte economica in una sintesi comunque insufficiente.

Altro elemento di debolezza della normativa in questione era l'orientamento eminentemente formale che aveva assunto nel senso che i concetti di lealta', correttezza, buonafede, che erano contenuti nella norma e ne costituivano, forse, la parte principale, erano in sostanza rimasti **mere petizioni di principio**, mentre gli adempimenti effettivamente rispettati erano quelli, in senso lato, pubblicitari inidonei e non mirati ad evitare comportamenti scorretti.

In definitiva non e' esagerato dire che, per una serie di fattori, il tutto si e' ridotto ad un fatto burocratico.

Nella disciplina attuale c'e' un miglioramento

La Banca d'Italia, con onesta' intellettuale, nel Documento di consultazione prodromico alla emanazione della disciplina in esame pubblicato sul proprio sito web lo scorso marzo, formula una (auto)critica e tenta di porre riparo ai punti deboli del passato con l'emanazione di queste nuove norme regolamentari.

Nella nuova trasparenza, per quanto attiene la parte formale a carattere pubblicitario/informativo, i documenti previsti sono gli stessi e cioe':

- il documento dei principali diritti del cliente;
- il foglio informativo che espone le caratteristiche e le condizioni economiche del prodotto o servizio;
- la copia completa dello schema di contratto ottenibile da chiunque prima della stipula;
- il documento di sintesi che contiene le principali condizioni del contratto.

L'identita' di questi documenti con quelli precedenti e' pero' solo apparente poiche' questi riflettono un notevole sforzo per renderli piu' semplici, comprensibili e, pertanto, utili che beneficia - e' ovvio - dell'esperienza fatta.

Ci saranno, in piu', delle Guide ad uso della clientela, di cui la Banca d'Italia formula modelli, che riguarderanno:

- il conto corrente e i principali servizi connessi;
- il mutuo ipotecario;
- i sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie.

Sotto questo profilo il successo della riforma dipendera' anche dal fatto che *"la documentazione informativa sia completa, chiara, accessibile da parte della clientela, utilizzata attivamente da parte degli addetti alla rete di vendita e adeguatamente pubblicizzata sul sito Internet"* (Cfr. Sez. XI par.2).

Secondo l'Organo di Vigilanza, tale parte formale pubblicitaria/informativa sara' destinata a risultati utili se la singola banca non la vedra' unicamente come un peso burocratico, ma, in un certo senso, la inglobera' nel proprio schema organizzativo utilizzandola, magari, sul piano del marketing.

Piu' importante e piu' innovativa e' la parte sui requisiti organizzativi

E' previsto che dovranno essere adottate procedure interne tali da garantire oltre ad una generica correttezza nella commercializzazione dei prodotti del singolo intermediario, che *"il cliente non sia indirizzato verso prodotti evidentemente inadeguati rispetto alle proprie esigenze finanziarie. Gli intermediari valutano l'introduzione di strumenti, anche informatici, che consentono di verificare la coerenza tra il profilo del cliente e i prodotti allo stesso offerti"*.

La Banca d'Italia, quasi timorosa di essersi spinta troppo avanti, manifesta prudenza sul punto affermando, in nota, che *"La previsione non richiede agli intermediari di assicurare assistenza al cliente fino al punto di individuare, in ogni caso, l'offerta piu' adeguata, bensì di adottare procedure organizzative che evitino modalita' di commercializzazione oggettivamente idonee a indurre il cliente a selezionare prodotti manifestamente non adatti"*.

Si tratta, comunque, di un notevole passo nel senso di vincolare le banche a tener conto delle esigenze e del vantaggio del cliente e non soltanto dei propri come gia' fanno altre discipline legislative recenti che impongono agli operatori la definizione di un profilo del cliente al fine di adottare condotte coerenti (pensiamo, ad esempio, al rischio-cliente del riciclaggio o alle valutazioni di appropriatezza/adequatezza della MIFID).

L'impegno per il sistema e' indubbiamente notevole; **per parte nostra staremo a vedere in che modo le banche daranno esecuzione alle prescrizioni in questione.**

Due aspetti particolari

Le modifiche unilaterali dei contratti

Sono quelle consentite dall'art. 118 del Testo Unico Bancario.

Alla pagina 24 delle Istruzioni, la Banca d'Italia nel trattare il punto delle modalita' di effettuazione e comunicazione delle variazioni contrattuali, con una formula pilatesca, ricorda che: *"Secondo il Ministero dello sviluppo economico le 'modifiche' disciplinate dall'articolo 118 del T.U., riguardando soltanto le fattispecie di variazioni previste dal contratto, non possono comportare l'introduzione di nuove clausole"*.

A tale presa di posizione ministeriale avevamo, anche noi, fatto riferimento contestando il diritto delle banche di introdurre condizioni totalmente nuove in sostituzione della abolita (o quasi) commissione di massimo scoperto (1).

Per l'introduzione di condizioni nuove occorre acquisire un nuovo consenso (vale a dire una nuova firma) del cliente.

Ci auguriamo che la fissazione del principio fatta dalla Banca d'Italia - seppure attribuendone a terzi la paternita' - giovi a dissuadere le banche dal continuare nell'atteggiamento finora tenuto.

La commissione di massimo scoperto

La Banca d'Italia lascia intendere il massimo disfavore nei confronti di questa forma di remunerazione. Ne troviamo espressione sia in tema di Fogli Informativi (Sez. II par. 3) che di contenuti contrattuali (Sez. III par. 3) in cui e' previsto che *"Nei rapporti con i clienti al dettaglio e' opportuno che gli intermediari evitino forme complesse di remunerazione degli affidamenti o degli sconfinamenti, quali la commissione di massimo scoperto" che, infine, in tema di requisiti organizzativi*" (Sez. XI par. 2). Se proprio gli intermediari non vogliono evitare di ricorrere alla commissione di massimo scoperto, essi, per la clientela al dettaglio *"offrono..... la possibilita' di scegliere un altro contratto che – per lo stesso servizio – prevede altre forme di remunerazione, quali la commissione per la messa a disposizione di fondi"*.

A nostro modesto avviso non dovrebbe occorrere altro per convincere gli intermediari ad abbandonare questa forma ambigua, complicata ed onerosa di remunerazione anche se - e' da ritenere - non saranno pochi i problemi che sollevera' l'applicazione di un corrispettivo per la messa a disposizione soprattutto per la scarsa chiarezza (o la incomprensibilita') dell'art. 2 bis del D.L. 29 novembre 2008 n.185 convertito con L. 28 gennaio 2009 n.2.

(1) [clicca qui \(http://sosonline.aduc.it/scheda/commissione+massimo+scoperto+illegale+come_15984.php\)](http://sosonline.aduc.it/scheda/commissione+massimo+scoperto+illegale+come_15984.php)