

CIRCOLARE INFORMATIVA 10/09

Milano, 18 marzo 2009

OGGETTO: Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari.
Revisione della normativa – Documento in consultazione

Si informano gli Associati che sul sito della Banca d'Italia (www.bancaditalia.it) è stato pubblicato il documento per la consultazione in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari nonché di correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti, contenente le proposte di modifica della normativa che Banca d'Italia intende adottare, in sostituzione della disciplina emanata nel luglio 2003. Il citato documento è pubblicato nella sezione "Vigilanza › Vigilanza sulle banche › Documenti di consultazione › Consultazione su normative di vigilanza" ed è in allegato per pronto riferimento.

Cordiali saluti

Il Segretario Generale
Prof. Alessandro Carretta

DISTRIBUZIONE			
ASSOCIATI ORDINARI E CORRISPONDENTI		ASSOCIATI SOSTENITORI	
ABF FACTORING	Ettore SINNONA	SCIUME' & ASSOCIATI	Marco CUPIDO
AOSTA FACTOR	Enrico DEHO'	SEFIN	Claudia NEGRI
BANCA CARIGE	Elvio BORRA	STUDIO LEG. ASSOCIATO in associazione con Clifford Chance	Rita RIPPA
BANCA IFIS	Alberto STACCIONE	STUDIO LEG. AVV. PILATO	Paolo VERRECCHIA
BANCO di DESIO e della BRIANZA	Direzione Generale	STUDIO LEG. GIOVANARDI FATTORI	Segreteria Generale
BARCLAYS BANK	Francesco MAZZITELLI	STUDIO LEG. LUPI E ASSOCIATI	Massimo LUPI
BCC FACTORING	Mattia SERENA	STUDIO LEG. PERNIGOTTO E ASS.	Enrico PERNIGOTTO
CENTRO FACTORING	Servizio Affari generali	VISIAN STONE	Simona DI VARA
COFACE FACTORING ITALIA	Direzione Generale		
CREDEMFACOR	Direzione Generale		
DETTO FACTOR	Mirko RUBINI		
EMIL-RO FACTOR	Paolo LICCIARDELLO		
ENEL.FACTOR	Direzione Generale		
EUROFACTOR ITALIA	Ivan TOMASSI		
EUROPA FACTOR	Pierluca BOTTONE		
FACTORCOOP	Direzione Generale		
FACTORIT	Antonio DE MARTINI Marziano BOSIO		
FARMAFACTORING	Direzione Generale		
FERCREDIT	Rossella BOGINI		
FIDIS	Luigi MATTA		
FORTIS COMMERCIAL FINANCE	Stefano SCHIAVI		
GE CAPITAL FINANCE	Direzione Generale		
GE CAPITAL FUNDING SERVICES	Luca PIGHI		
GENERALFINANCE	Direzione Generale		
IBM ITALIA SERV. FINANZ.	Gianfranco LANZA		
IFITALIA	Direzione Generale		
INTESA SANPAOLO	Direzione Generale		
MEDIOFACTORING	Sandra MALANCA		
MPS Leasing & Factoring	Direzione Generale		
RIESFACTORING	Rossano FOLZINI		
SERFACTORING	Direzione Generale		
SG FACTORING	Direzione Generale		
SIS.PA.	Gianluigi RIVA		
UBI FACTOR	Gianpiero BERTOLI		
UNICREDIT FACTORING	Fausto GALMARINI		

Documenti per la consultazione

Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari

Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti

I documenti illustrano la disciplina che la Banca d'Italia intende adottare, in sostituzione di quella emanata nel luglio 2003, in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari nonché di correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti.

Ai fini della consultazione si pubblicano una relazione illustrativa, un testo con le nuove disposizioni, una relazione preliminare sull'analisi di impatto, un questionario volto a rilevare i costi di *compliance* per gli intermediari.

Eventuali osservazioni, commenti e proposte possono essere trasmessi entro il 17 maggio 2009 a: Banca d'Italia, Servizio Normativa e Politiche di Vigilanza, Divisione Normativa primaria, via Milano, 53 – 00184 ROMA, oppure all'indirizzo di posta elettronica npv.normativa_primaria@bancaditalia.it.

Le risposte al questionario possono essere trasmesse entro il 17 maggio 2009 all'indirizzo di posta elettronica npv.impatto_regolamentazione@bancaditalia.it.

Marzo 2009

RELAZIONE ILLUSTRATIVA

INDICE

1. PERCHÉ RIVEDERE LA DISCIPLINA SULLA TRASPARENZA BANCARIA	5
2. LE LINEE DELLA RIFORMA	9
2.1 GLI OBIETTIVI.....	9
2.1.1 Semplificazione.....	9
2.1.2 Comparabilità delle informazioni	9
2.1.3 Rafforzamento della tutela della clientela	9
2.1.4 Aggiornamento della normativa.....	10
2.2 LE PRINCIPALI LEVE.....	10
2.2.1 Standardizzazione e indicatori sintetici di costo.....	10
2.2.2 Valorizzazione del canale internet.....	11
2.2.3 Principio di proporzionalità.....	12
2.2.4 Disciplina sull'organizzazione e i controlli interni	13
3. GLI INTERVENTI SULLE DISPOSIZIONI.....	15
3.1 IMPOSTAZIONE GENERALE	15
3.2 A QUALI SERVIZI E OPERAZIONI SI APPLICA LA DISCIPLINA	16
3.3 AUTOREGOLAMENTAZIONE.....	16
3.4 A QUALI SOGGETTI SI APPLICA LA DISCIPLINA.....	17
3.5 DEFINIZIONE DI “CLIENTE AL DETTAGLIO”	17
3.6 PRINCIPI PER LA REDAZIONE DEI DOCUMENTI	18
3.7 DOCUMENTI CONCERNENTI I PRINCIPALI DIRITTI DEL CLIENTE	18
3.8 FOGLI INFORMATIVI.....	20
3.9 DOCUMENTO DI SINTESI.....	23
3.10 CONSEGNA DI COPIA DEL CONTRATTO IDONEO PER LA STIPULA	24
3.11 “CONTO CORRENTE SEMPLICE”	25
3.12 COMUNICAZIONI PERIODICHE	27
3.13 INDICATORE SINTETICO DI COSTO	28
3.14 IMPIEGO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE A DISTANZA.....	30
3.15 ORGANIZZAZIONE, PROCEDURE E CONTROLLI INTERNI	31
3.16 ENTRATA IN VIGORE	33

1. PERCHÉ RIVEDERE LA DISCIPLINA SULLA TRASPARENZA BANCARIA

LA DISCIPLINA E I SUOI OBIETTIVI

La Banca d'Italia ha adottato la disciplina secondaria vigente sulla trasparenza bancaria nel luglio 2003 ⁽¹⁾, attraverso due provvedimenti rivolti a:

- le **banche** (tit. X, cap. 1, delle Istruzioni di vigilanza) e Poste Italiane per le attività di bancoposta (provvedimento del 16.9.2003).
- gli **intermediari finanziari** (artt. 106 e 107 TUB) e gli **Imel** (provvedimento del Governatore del 25.7.2003) ⁽²⁾.

L'insieme di tali disposizioni verrà indicato in questo documento come *Istruzioni di vigilanza o disciplina secondaria* in materia di trasparenza bancaria.

L'obiettivo della vigente disciplina secondaria di trasparenza è **assicurare che il cliente conosca a pieno le condizioni contrattuali** applicabili a ogni rapporto con l'intermediario, in ogni fase del rapporto.

2003-2009: UN CONTESTO PROFONDAMENTE CAMBIATO

La regolamentazione introdotta nel 2003 ha contribuito a far crescere la chiarezza delle relazioni tra gli intermediari e i clienti la trasparenza bancaria nel suo complesso e la **sensibilità dell'opinione pubblica** verso il tema dei costi dei servizi bancari.

La prassi applicativa ha però evidenziato **alcuni limiti della disciplina**: eccesso di informazioni fornite alla clientela, numero elevato di documenti cartacei, analiticità di alcune prescrizioni.

Anche il **contesto esterno** è cambiato: mutamento dell'offerta e della domanda, sviluppo dell'autoregolamentazione, evoluzione degli orientamenti giurisprudenziali e del quadro legislativo.

La concorrenza richiede strumenti che agevolino il più possibile la comparazione tra le offerte dei diversi intermediari.

Sembrano dunque necessari interventi di aggiornamento della disciplina sulla trasparenza per:

- semplificare la documentazione e favorire la comparabilità delle informazioni

⁽¹⁾ La disciplina è stata emanata in attuazione del titolo VI del TUB e della deliberazione CICR 4 marzo 2003; compendia altresì l'attuazione delle delibere del CICR 9 febbraio 2000 in materia di anatocismo (art. 121 TUB) ed estinzione anticipata dei mutui fondiari (art. 40, co. 1, TUB).

⁽²⁾ L'emanazione delle disposizioni ha rappresentato l'approdo finale di una fase di approfondimento, avviata dalla Banca d'Italia già prima della formulazione al CICR della proposta di delibera, con il contributo di un collegio di consulenti esterni.

- rafforzare la tutela della clientela
- tenere conto dei più recenti interventi del legislatore.

STRUTTURA DEL DOCUMENTO E GUIDA ALLA LETTURA

Le linee della riforma – capitolo 2

Nel dettaglio, gli obiettivi che ispirano la riforma e i fattori del contesto esterno che l'hanno determinata. Gli strumenti sui quali si farà maggiormente leva: standardizzazione dei documenti e maggior impiego di indicatori sintetici di costo; valorizzazione dei canali di comunicazione alternativi al *vis-à-vis*; applicazione del principio di proporzionalità; organizzazione e controlli interni degli intermediari; sinergie con le iniziative di autoregolamentazione.

Gli interventi sulle disposizioni – capitolo 3

I principali interventi contenuti nel testo normativo allegato. Alla fine del capitolo, la tabella compendia motivazioni, oneri e semplificazione degli adempimenti per gli intermediari, vantaggi per i clienti. Le proposte non comportano la modifica delle deliberazioni del CICR cui si dà attuazione.

Relazione preliminare sull'AIR

Nella definizione degli interventi regolamentari, l'interlocuzione con gli operatori è prassi consolidata della Banca d'Italia; questa non prescinde da un'analisi, anche quantitativa, degli impatti della regolamentazione. La "codificazione" in una norma giuridica di tale approccio è stata compiuta dall'articolo 23 della legge 28 dicembre 2005, n. 262, che richiede che gli atti regolamentari adottati dalla Banca d'Italia siano accompagnati da una relazione che ne illustri le conseguenze sulla regolamentazione, sull'attività delle imprese e degli operatori e sugli interessi degli investitori e dei risparmiatori. In ottemperanza a tali obblighi, la Banca d'Italia ha condotto un'analisi preliminare dell'impatto della revisione della disciplina sulla trasparenza.

Le valutazioni sono state condotte tenendo conto delle seguenti categorie di costi e benefici: costi di *compliance*, grado di comprensibilità dei prodotti bancari, variazione dei rischi di reputazione, qualità della relazione tra banca e cliente. Soprattutto per i costi di compliance, le valutazioni saranno integrate con le informazioni quantitative che saranno raccolte attraverso un apposito questionario allegato alla relazione sull'AIR.

L'analisi economica costituisce uno degli elementi che contribuiscono alla scelta delle opzioni meritevoli di approfondimento. Ai fini della

consultazione tale scelta è ovviamente compiuta anche in base a considerazioni di altra natura e dei vincoli giuridici esistenti. D'altra parte, la scala valutativa che l'analisi d'impatto può fornire ha natura qualitativa e ordinale, in considerazione della difficoltà di pervenire alla quantificazione di costi e benefici. L'analisi non consente dunque di effettuare confronti né in termini monetari né di natura cardinale tra le diverse opzioni. L'analisi economica ha contribuito alla identificazione delle principali opzioni meritevoli di approfondimento.

PRINCIPALI INNOVAZIONI LEGISLATIVE DOPO L'EMANAZIONE DELLA DISCIPLINA NEL 2003

- **Disciplina sul commercio elettronico:** d.lgs. n. 70/2003, che dà attuazione alla direttiva 2000/31/CE
- **Valore legale del documento informatico:** d.lgs. n. 82/2005 (c.d. Codice dell'amministrazione digitale)
- **Commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori:** d.lgs. n. 190/2005, che dà attuazione alla direttiva 2002/65/CE, confluito nel Codice del consumo.
- **Campo di applicazione del titolo VI del TUB:** l. n. 262/2005 e d.lgs. n. 303/2006
- ***ius variandi* (art. 118 TUB) e divieto di richiedere ai clienti penali o altre spese in occasione dell'estinzione di rapporti di durata:** art. 10 del d.l. n. 223/2006, convertito, con modificazioni, nella l. n. 248/2006
- **estinzione anticipata dei mutui immobiliari e portabilità dei finanziamenti:** d.l. n. 7/2007, convertito, con modificazioni, nella l. n. 40/2007 e, successive modificazioni
- **stabilizzazione delle rate dei mutui:** d.l. n. 93/2008, convertito, con modificazioni, nella l. n. 126/2008
- **servizi di pagamento:** direttiva 2007/64 CE (c.d. *Payment Services Directive – PSD*)
- **credito ai consumatori:** direttiva 2008/48/CE
- **mutui ipotecari per l'acquisto dell'abitazione principale, commissione di massimo scoperto e remunerazione dell'affidamento:** artt. 2 e 2-bis del d.l. n. 185/2008, convertito, con modificazioni, nella l. n. 2/2009

2. LE LINEE DELLA RIFORMA

2.1 GLI OBIETTIVI

2.1.1 Semplificazione

L'obiettivo principale della revisione della disciplina secondaria di trasparenza è la semplificazione della documentazione che gli intermediari mettono a disposizione della clientela, sia per ridurre i costi sia per rendere l'informativa più chiara e comprensibile. In questa prospettiva:

- si razionalizzano gli adempimenti a carico degli intermediari
- si semplifica il contenuto della documentazione per focalizzare l'attenzione della clientela sugli aspetti più significativi e su indicatori sintetici di costo
- in applicazione del principio di proporzionalità, si diversificano gli obblighi in relazione alle diverse caratteristiche dei servizi offerti e dei destinatari.

2.1.2 Comparabilità delle informazioni

La comparabilità delle informazioni rese dagli intermediari attraverso la documentazione di trasparenza consente ai clienti di confrontare in maniera efficace le offerte di diversi operatori e rafforza, in questo modo, anche la concorrenza sul mercato.

La confrontabilità presuppone un'informativa chiara e semplice e una documentazione con una struttura (es. ordine delle voci) e una terminologia omogenee per tutte le offerte disponibili sul mercato.

2.1.3 Rafforzamento della tutela della clientela

La disciplina vigente ha contribuito a innalzare gli standard di trasparenza nelle relazioni tra intermediari e clientela, ma lascia aperte alcune questioni. La Banca d'Italia ha rilevato le aree di criticità attraverso l'esame degli esposti e degli esiti delle verifiche presso gli intermediari dal 2003 a oggi.

Spesso la sola trasparenza non è riuscita a garantire relazioni contrattuali leali e, in particolare, a evitare che il contratto stabilisse, per alcuni servizi, costi che il cliente non aveva percepito nella fase precontrattuale.

Inoltre, anche a livello internazionale, è intenso il dibattito sull'adeguatezza degli strumenti di tutela basati esclusivamente sulla

pubblicità delle condizioni contrattuali; ad esempio, per alcuni prodotti, quali i mutui ipotecari, si discute se sia opportuno introdurre obblighi di correttezza a carico degli intermediari per evitare fenomeni di *mis-selling*.

2.1.4 Aggiornamento della normativa

La revisione delle Istruzioni di vigilanza tiene conto delle notevoli innovazioni normative intervenute successivamente al 2003 (cfr. scheda a pag. 8).

Alcune di queste normative (commercio elettronico, commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, *ius variandi*, mutui indicizzati al tasso BCE) prevedono espressamente poteri di intervento della Banca d'Italia. Altre hanno invece un impatto indiretto sulla disciplina di trasparenza di competenza della Banca d'Italia (es. disposizioni sull'estinzione dei rapporti di durata e sulla portabilità dei finanziamenti).

Vi sono inoltre due direttive comunitarie rilevanti, la cui attuazione è prevista a breve: la direttiva 2007/64/CE sui servizi di pagamento e la direttiva 2008/48/CE sul credito ai consumatori.

Alla Banca d'Italia sono state poi attribuite competenze concernenti gli intermediari iscritti nel solo elenco previsto dall'art. 106 TUB e sui mediatori creditizi, prima spettanti all'UIC.

2.2 LE PRINCIPALI LEVE

2.2.1 Standardizzazione e indicatori sintetici di costo

Per rendere le offerte comparabili e più comprensibili, si fa leva su tre strumenti:

- **standardizzazione di alcuni documenti informativi:**
Documento generale sui principali diritti del cliente. Per conti correnti e mutui offerti ai consumatori: Guide pratiche, foglio informativo e documento di sintesi;
- **standardizzazione di un prodotto:** si ipotizza un “conto corrente semplice” destinato a fasce di clientela con esigenze finanziarie elementari, con caratteristiche standardizzate in termini di servizi minimi e tariffazione *flat* (le banche non sarebbero tuttavia obbligate a offrire il prodotto). Il “conto corrente semplice” potrebbe essere disciplinato ai sensi dell'art. 117, co. 8, del TUB e non sarebbe pertanto obbligatorio.

La previsione nella nuova disciplina di questo conto di base dipenderà dall'interesse che esso susciterà nelle banche e nei consumatori: non è stato quindi inserito nello schema di

provvedimento regolamentare in attesa di conoscere la valutazione che ne darà la consultazione pubblica.

- **indicatore sintetico di costo (ISC):** viene introdotto anche per i conti correnti offerti ai consumatori e le aperture di credito offerte alla clientela al dettaglio, oltre che – come previsto dalle attuali Istruzioni – per i finanziamenti. Riferito ad alcuni profili di cliente tipo, esso consente un'immediata percezione dei costi ipoteticamente legati all'utilizzo del servizio.

2.2.2 Valorizzazione del canale internet

Tavola 1: Uso del computer, di internet e del remote banking (2006, % di famiglie)

CARATTERISTICHE DEL CAPOFAMIGLIA	UTILIZZO COMPUTER	POSSESSO COMPUTER	UTILIZZO INTERNET	ACQUISTI VIA INTERNET	USO SERVIZI REMOTE BANKING
Età					
Fino a 30 anni	51,8	44,7	41,0	14,0	9,2
31-40 anni	58,3	52,6	45,5	11,5	13,3
41-50 anni	65,0	60,1	52,6	13,7	14,4
51-65 anni	51,8	48,6	43,2	10,2	8,1
Oltre 65 anni	10,0	9,0	7,8	1,7	1,4
Titolo di studio					
Senza titolo	1,5	1,3	1,0	0,1	0,0
Licenza elementare	10,2	9,5	7,0	1,2	0,3
Media inferiore	41,2	37,6	29,2	5,2	4,9
Media superiore	67,8	61,1	58,2	16,1	16,2
Laurea	81,4	77,4	72,9	24,7	23,4
Professione					
Operaio	41,0	37,6	28,1	4,8	4,2
Impiegato	75,1	68,1	62,9	15,0	14,0
Dirigente/Direttivo	86,4	81,6	80,0	27,6	33,6
Imprenditore/Libero professionista	76,4	68,2	67,6	26,1	26,1
Altro autonomo	59,5	54,2	44,2	10,5	9,7
Pensionato	16,8	15,6	13,6	3,1	2,5
Non occupati	22,2	21,1	18,5	7,3	4,1

Fonte: Indagine sui bilanci delle famiglie

La crescente diffusione di internet presso le famiglie e il più compiuto quadro normativo sul commercio elettronico (che accresce la certezza giuridica delle transazioni online e i poteri di controllo, anche della

Banca d'Italia) consentono di puntare su questo strumento in tutte le fasi del rapporto: informativa precontrattuale, conclusione del contratto, comunicazioni periodiche.

Il canale internet è meno costoso, può garantire un'informazione più completa al momento della scelta del servizio e in corso di rapporto, favorisce la concorrenza e le operazioni con intermediari esteri.

L'analisi d'impatto indica che il maggiore ricorso all'*internet banking* consentirebbe di ridurre i costi di *compliance*, anche se resta incerto il grado del suo utilizzo nelle fasce di clientela più deboli sotto il profilo della educazione finanziaria (punti E ed F della Relazione sull'analisi d'impatto).

Le **principali innovazioni legislative** che riguardano le tecniche di comunicazione a distanza e internet in particolare:

- Codice dell'amministrazione digitale (d.lgs. n. 82/2005) che disciplina, tra l'altro, il valore legale del documento elettronico
- normativa sul commercio elettronico (d.lgs. n. 70/2003, che dà attuazione alla direttiva 2000/31/CE)
- disciplina sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori (d.lgs. n. 190/2005, che dà attuazione alla direttiva 2002/65/CE, confluito nel Codice del consumo).

In ogni caso, rimarrebbe fermo il principio secondo il quale l'impiego dello strumento informatico *presuppone il consenso del cliente*, soprattutto quando si tratta delle informazioni da fornire nel corso del rapporto.

2.2.3 Principio di proporzionalità

Non tutte le tipologie di clienti e non tutti i rapporti necessitano dello stesso grado di tutela. **Obblighi informativi incisivi dovrebbero essere previsti per le relazioni con consumatori, enti senza scopo di lucro e PMI** ma non per quelle con grandi imprese. Anche la tutela della clientela al dettaglio potrebbe richiedere adempimenti di trasparenza leggeri in relazione a talune tipologie di contratti (per esempio, contratti oggetto di trattativa individuale).

In applicazione del principio di proporzionalità ⁽³⁾, l'obiettivo di semplificazione degli obblighi di trasparenza verrà realizzato attraverso una diversificazione della disciplina a seconda delle esigenze delle diverse fasce di clientela e delle caratteristiche dei servizi.

⁽³⁾ Cfr. art. 23 della l. n. 262/2005; art. 2 della deliberazione del CICR del 4 marzo 2003.

Ad esempio, la disciplina del foglio informativo dovrebbe essere dettagliata per i rapporti più diffusi presso la clientela al dettaglio e limitarsi a disposizioni di principio per i servizi destinati alle imprese di dimensioni medio-grandi o poco diffusi.

Resta fermo che è necessario trovare un punto di equilibrio tra l'esigenza di differenziare il trattamento a seconda delle specificità dei rapporti e quella di non elaborare una disciplina troppo complessa e diversificata.

2.2.4 Disciplina sull'organizzazione e i controlli interni

Le regole vigenti fanno leva sugli adempimenti riguardanti la predisposizione e la messa a disposizione della documentazione ai fini della trasparenza, ma non contengono indicazioni specifiche sulla correttezza sostanziale dei comportamenti degli intermediari. Questa circostanza fa sì che la disciplina possa risultare a tratti eccessivamente formalistica e poco flessibile.

D'altro canto la correttezza dei comportamenti degli intermediari rileva non solo dal punto di vista della tutela del cliente ma anche sotto il profilo della sana e prudente gestione; essa, infatti, concorre a minimizzare una serie di rischi dell'intermediario, primi tra tutti quelli di natura legale e reputazionale.

La disciplina prudenziale (Basilea II, normativa sulla funzione di *compliance*) richiede il rispetto di canoni di correttezza sostanziale nei rapporti con la clientela, al fine di presidiare i rischi legali e reputazionali; tuttavia, dato il carattere trasversale e generale della disciplina in cui sono collocate, le relative previsioni sono formulate in termini generali e non si sostanziano in obblighi specifici.

Considerato il rilievo acquisito dalla regolamentazione dell'organizzazione interna sia nell'ambito della disciplina prudenziale attuativa del TUB che in quella sui servizi di investimento (MiFID), la nuova disciplina di trasparenza, sulla base delle deliberazioni del CICR in materia di organizzazione e controlli interni, introduce, anche per la commercializzazione dei servizi bancari tradizionali, obblighi di natura organizzativa ovvero di controllo attinenti al rispetto della disciplina di trasparenza e alla correttezza nei rapporti con l'utenza.

La previsione di obblighi organizzativi rafforza la tutela della clientela rispetto a taluni adempimenti formali attualmente richiesti dalla disciplina sulla trasparenza: ad esempio, la previsione di standard generali concernenti l'impiego della documentazione di trasparenza consentirà di superare la vigente analitica disciplina sulle modalità in cui debbono essere accessibili ai clienti i fogli informativi ⁽⁴⁾. Inoltre, l'introduzione di standard minimi sulla preparazione degli addetti alla

⁽⁴⁾ Cfr. *Bollettino di vigilanza* n. 12 del 2005.

rete di vendita e il tipo di assistenza che debbono prestare alla clientela giustificano l'alleggerimento del contenuto informativo di alcuni documenti.

3. GLI INTERVENTI SULLE DISPOSIZIONI

3.1 IMPOSTAZIONE GENERALE

Le nuove disposizioni prevedono un unico provvedimento per le diverse categorie di intermediari, privilegiando un'impostazione per materia rispetto a quella per soggetti seguita sinora.

Al momento, **la disciplina sulla trasparenza bancaria** si trova nei seguenti provvedimenti:

- titolo X, cap. 1, delle Istruzioni di vigilanza per le banche e, in virtù del rinvio operato dal M.A. n. 215876 del 16 settembre 2003, a Poste Italiane per l'attività di bancoposta
- provvedimento del Governatore del 25 luglio 2003, per gli intermediari di cui agli art. 106 e 107 TUB e per gli Imel
- provvedimento UIC 29 aprile 2005 per i mediatori creditizi
- provvedimento UIC 21 dicembre 2001 per i cambiavalute.

Le disposizioni contengono nuove sezioni speciali che riguardano:

- l'impiego di tecniche di comunicazione a distanza
- i mediatori creditizi
- i cambiavalute
- il credito al consumo
- i servizi di pagamento
- i requisiti organizzativi e la gestione dei reclami.

La redazione di sezioni dedicate al credito a consumo, servizi di pagamento e mediatori viene rinviata a un momento successivo, considerato che la relativa disciplina primaria è in fase di revisione. Si ritiene preferibile consentire agli intermediari di continuare ad applicare, relativamente a tali profili, la disciplina oggi vigente fino a che non saranno state compiute le riforme legislative della materia.

Per il credito al consumo e i servizi di pagamento gli intermediari potranno anche optare per l'applicazione della nuova disciplina di trasparenza. In ogni caso, si applica invece la nuova disciplina quando un'apertura di credito o servizi di pagamento sono commercializzati assieme a un conto corrente: infatti, la trasparenza e la convenienza del conto corrente potranno essere apprezzate dal cliente solo se tutte le informazioni concernenti i rapporti commercializzati contestualmente a esso vengono fornite in maniera omogenea.

3.2 A QUALI SERVIZI E OPERAZIONI SI APPLICA LA DISCIPLINA (SEZ. I, PAR. 1.1)

Considerato che l'art. 23, comma 4, del TUF è stato più volte modificato (dapprima dal d.lgs. n. 303/2006 e, quindi, dal d.lgs. 164/2007 in sede di recepimento della MiFID) e che, a seguito di tali modifiche, la delimitazione del campo di applicazione del titolo VI del TUB è più complessa che in passato, le nuove disposizioni dedicano un apposito paragrafo al campo di applicazione (sez. I, par. 1.1).

In questo nuovo paragrafo si specifica la linea di demarcazione tra i servizi disciplinati ai sensi del TUB e quelli disciplinati ai sensi del TUF. Rientrano nel campo di applicazione del titolo VI del TUB tutte le operazioni e tutti i servizi di natura bancaria e finanziaria prestati da banche e intermediari finanziari non bancari, ad eccezione di:

- prodotti finanziari, come definiti dall'art. 1, co. 1, lett. u, del TUF (categoria che include le obbligazioni, i certificati di deposito, ecc.) ⁽⁵⁾
- singoli contratti che compongono un prodotto finanziario (salvo che si tratti di credito al consumo).

Per quanto concerne i prodotti composti che includono, oltre a una componente disciplinata ai sensi del titolo VI del TUB, almeno un'altra componente avente diversa natura (es. di investimento o assicurativa), occorre distinguere tra:

- prodotti con finalità esclusiva o prevalente di investimento: l'intero prodotto è disciplinato ai sensi del TUF, in quanto si tratta di un prodotto finanziario
- prodotti diversi da quelli sub a): la disciplina di trasparenza si applica a tutto il prodotto se questo ha una finalità – esclusiva o preponderante – riconducibile a quella dei servizi disciplinati ai sensi del titolo VI del TUB (es. finalità di finanziamento) ovvero, negli altri casi, alla sola componente del prodotto che rientra tra i servizi disciplinati dal titolo VI del TUB.

3.3 AUTOREGOLAMENTAZIONE (SEZ. I, PAR. 1.5)

La nuova disciplina recepisce il contenuto di alcune iniziative di autoregolamentazione, in quanto *best practice* che si ritiene opportuno estendere al sistema.

Su un piano più generale, l'autodisciplina può risultare uno strumento particolarmente efficace per favorire la trasparenza nelle relazioni con la clientela e la comparabilità delle informazioni rese al pubblico.

L'interazione tra etero e autodisciplina è pertanto un aspetto rilevante. Dalla consultazione potranno emergere indicazioni su come realizzare le migliori forme per garantire questo obiettivo.

⁽⁵⁾ Ai sensi dell'art. 1, co. 1, lett. u), del TUF sono "prodotti finanziari" gli strumenti finanziari e ogni altra forma di investimento di natura finanziaria; non costituiscono prodotti finanziari i depositi bancari o postali non rappresentati da strumenti finanziari.

Si sollecitano osservazioni sul punto.

3.4 A QUALI SOGGETTI SI APPLICA LA DISCIPLINA (SEZ. I, PAR. 4)

In linea con quanto previsto dalla legge, le nuove disposizioni di trasparenza si applicano a:

- banche italiane ed estere (art. 115 TUB)
- intermediari finanziari iscritti negli elenchi previsti dagli artt. 106 e 107 del TUB (categoria che include gli intermediari non bancari esteri) (art. 115 TUB)
- Imel italiani e comunitari (art. 114-*quater* TUB)
- Poste Italiane s.p.a. per l'attività di bancoposta (art. 2 del d.P.R. n. 144/2001).

In caso di impiego di tecniche di comunicazione a distanza, vengono fornite indicazioni specifiche sul campo di applicazione, al fine di tenere conto di quanto previsto dal Codice del consumo e dalla vigente disciplina sul commercio elettronico (d.lgs. n. 70/2003).

Per i cambiavalute è prevista un'applicazione semplificata della normativa, alla luce delle caratteristiche della loro attività.

La disciplina sull'organizzazione e sulla gestione dei reclami si applica alle banche e agli Imel comunitari a condizione che questi abbiano in Italia almeno una succursale.

3.5 DEFINIZIONE DI "CLIENTE AL DETTAGLIO" (SEZ. I, PAR. 3)

Sulla base del principio di proporzionalità, la disciplina prevede l'applicazione di una serie di obblighi solo nei confronti della clientela al dettaglio (comprendente i consumatori, gli enti senza finalità di lucro e le piccole e medie imprese con fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro) ovvero dei soli consumatori.

La definizione di piccola e media impresa (PMI) è coerente con quella fornita dalle disposizioni di vigilanza sul calcolo del requisito patrimoniale a fronte del rischio di credito, in modo da evitare duplicazioni di accertamenti sulla natura della controparte per gli intermediari che sono soggetti a entrambe le discipline. La Banca d'Italia è tuttavia disponibile a prendere in considerazione definizioni alternative di PMI.

Solo per i rapporti con la clientela al dettaglio sono previsti l'ISC per le aperture di credito, l'invio di un estratto conto di fine anno onnicomprensivo di tutte le spese sostenute (cfr. sez. IV, par. 3.1) e gli obblighi di natura organizzativa (sez. XI).

Riguardano i soli consumatori la standardizzazione del foglio informativo e delle Guide di alcuni servizi (conto corrente e mutui), e l'introduzione di un ISC per il conto corrente.

L'ipotesi di un esonero totale dagli obblighi di trasparenza per i rapporti con clientela diversa da quella al dettaglio non sembra compatibile né con il TUB né con la deliberazione del CICR 4 marzo 2003, i quali si applicano a tutti i clienti. Peraltro, considerato che la disciplina sull'informativa precontrattuale non riguarda i contratti oggetto di trattativa individuale (cfr. sez. II, par. 1), molto frequente allorché il cliente non rientra nel novero della clientela al dettaglio, l'applicazione della normativa di trasparenza ai rapporti con tali soggetti sarà significativamente ridotta (di fatto, si applicheranno i principi generali e le disposizioni su contratto, comunicazioni periodiche, variazioni unilaterali delle condizioni).

Si sollecitano osservazioni sulla definizione di "cliente al dettaglio" e, in particolare, su quella di PMI.

3.6 PRINCIPI PER LA REDAZIONE DEI DOCUMENTI (SEZ. I, PAR. 1.4)

La documentazione elaborata dagli intermediari, sebbene completa nei contenuti, può risultare difficile da leggere e comprendere per i clienti, soprattutto se si tratta di consumatori. Il disagio è sicuramente dovuto a contenuti per loro natura complessi e tecnici, ma viene aggravato da un linguaggio e da una formulazione sovente oscuri per il consumatore. Ne risentono negativamente la trasparenza dei rapporti e la reputazione dell'intermediario.

Anche per non scoraggiare l'elaborazione di forme di comunicazione innovative ed efficaci, la Banca d'Italia non intende fornire criteri rigidi di redazione dei documenti. Ritiene invece necessario introdurre per via regolamentare standard minimi e generali di redazione, concernenti l'impaginazione e la struttura dei documenti, le scelte sintattiche e lessicali, l'impiego dei diversi canali di comunicazione. Il rispetto di tali standard costituirà oggetto di particolare attenzione nell'ambito dei controlli.

Per agevolare gli intermediari nella redazione dei testi, vengono, inoltre, fornite alcune raccomandazioni, conformi alle migliori prassi della comunicazione al pubblico.

3.7 DOCUMENTI CONCERNENTI I PRINCIPALI DIRITTI DEL CLIENTE (SEZ. II, PAR. 2)

Le attuali Istruzioni di vigilanza prevedono che gli intermediari esponcano nei locali aperti al pubblico e mettano a disposizione della clientela un avviso con l'indicazione dei diritti e degli strumenti di tutela previsti dal titolo VI del TUB.

Criticità

- molti importanti diritti di nuova introduzione che interessano la clientela sono previsti da disposizioni che si collocano al di fuori del TUB (es. divieto di penale per l'estinzione del rapporto)
- l'avviso riguarda i diritti dei clienti in generale non è tarato sulle specificità di un determinato contratto ovvero di un determinato canale di commercializzazione (ad esempio, il cliente che intende aprire un conto corrente non è interessato ai numerosi diritti che sono previsti per il credito al consumo)
- la formulazione dell'avviso è eccessivamente tecnica e difficilmente comprensibile ai consumatori
- l'obbligo di predisporre l'avviso riguarda anche intermediari che operano con imprese medio-grandi, che non hanno bisogno di questo documento.

Innovazioni

- il **documento generale “Principali diritti del cliente”**, che illustra i più importanti diritti della clientela nella fase precontrattuale, al momento della stipula del contratto, durante il rapporto e in sede di chiusura. Per non fornire al cliente informazioni di cui non ha bisogno, i diritti riportati nel documento dovranno essere esattamente quelli di cui il cliente gode alla luce del particolare canale di commercializzazione impiegato dall'intermediario (sportello, internet, ecc.). In questa fase, nonostante alcuni dubbi sollevati dall'analisi d'impatto (cfr. punto A della Relazione sull'analisi d'impatto), il documento viene proposto - rinnovato nel contenuto e nella forma - in considerazione del contributo che può fornire alla consapevolezza della clientela per i propri diritti
- per alcuni prodotti e servizi più diffusi, **Guide** che contengono, oltre ai diritti, indicazioni pratiche sul prodotto (a cosa serve, come si sceglie, ecc.) e le comunicano con un linguaggio chiaro, comprensibile a tutti. Le prime Guide riguarderanno i conti correnti (con i prodotti di solito associati, quali bancomat, carte di credito, assegni, scoperti) e i mutui destinati ai consumatori: ai fini della consultazione pubblica, è stato predisposto, in via esemplificativa, il solo prototipo di foglio informativo per il conto corrente offerto ai consumatori. Successivamente, oltre a quella del mutuo, ne potrebbero essere predisposte altre (ad esempio, sull'accesso ai sistemi di soluzione stragiudiziale delle controversie).

Per agevolare gli intermediari e garantire ai documenti elevati standard di comprensibilità, la Banca d'Italia ha predisposto - avvalendosi della collaborazione di esperti di comunicazione - i modelli che gli intermediari si limiteranno a riprodurre,

personalizzandoli con i contatti e il logo. Le Guide potranno essere integrate, anche attraverso iniziative di autoregolamentazione.

Si ritiene condivisibile questa impostazione? Si considera utile il documento generale sui “principali diritti dei clienti” nel nuovo formato proposto?

Vi sono ulteriori rapporti per i quali si ritiene opportuna la predisposizione di una Guida pratica?

3.8 FOGLI INFORMATIVI (SEZ. II, PAR. 3)

Nell'impostazione della deliberazione del CICR e delle attuali Istruzioni di vigilanza, il foglio informativo costituisce lo strumento principale per far conoscere le condizioni contrattuali offerte alla generalità della clientela.

Queste le principali caratteristiche:

- è suddiviso in cinque sezioni: informazioni sull'intermediario; caratteristiche e rischi tipici del servizio; condizioni economiche (eventualmente riportate in importi massimi o minimi); principali clausole contrattuali; legenda esplicativa
- è esposto e messo a disposizione della clientela presso tutte le dipendenze e sul sito internet dell'intermediario se questo si avvale del web per rendere note le caratteristiche dei propri prodotti. Per evitare pratiche elusive, un provvedimento del 2005 spiega in dettaglio in quali circostanze, nelle succursali dell'intermediario, la clientela deve poter aver accesso diretto ai fogli informativi (o ai dispositivi informatici in grado di stamparli), ovvero quando è consentito che tale accesso sia mediato dall'intervento di un dipendente
- ne è prevista la consegna obbligatoria in alcune circostanze: offerta fuori sede, impiego di tecniche di comunicazione a distanza quali il telefono o la posta, prodotti complessi
- non viene predisposto nel caso di contratti oggetto di trattativa individuale.

Criticità

- **eccesso di informazione**, dovuto soprattutto a:
 - *troppe voci di costo*, per la complessità degli schemi contrattuali (spesso anche quelli rivolti al pubblico *retail*). Per il cliente può essere difficile: individuare le condizioni che gli interessano; confrontare il foglio con quello di altri prodotti offerti dal medesimo intermediario ovvero da altri intermediari; percepire con immediatezza le relazioni tra prodotti distinti ma

connessi, per i quali siano stati predisposti più fogli informativi (es. conto corrente e bancomat)

- l'indicazione delle *principali condizioni giuridiche*: poiché la normativa non prevede quali vadano considerate "principali", gli intermediari in questa parte del documento tendono a riprodurre pressoché tutte le condizioni contrattuali, spesso in versione integrale

- **la fruizione del foglio informativo dipende dall'iniziativa del cliente**, in quanto sulla banca non grava nessun obbligo di impiegare tale documento come base per illustrare il prodotto.

Si ritiene tuttavia che sia fondamentale continuare a prevedere che gli obblighi di pubblicità previsti dall'art. 116, comma 3, lett. b), del TUB siano assolti mediante un documento informativo *asportabile dalla clientela e completo nei contenuti* (cfr. anche la Relazione sull'analisi d'impatto, punto B). La stessa disciplina comunitaria, per i rapporti oggetto di armonizzazione (commercializzazione mediante tecniche di comunicazione a distanza, credito al consumo, servizi di pagamento) prevede che il cliente possa accedere a una documentazione con le informazioni su tutte le caratteristiche del rapporto del tutto analoga ai fogli informativi.

Innovazioni

- **distinzione tra prodotti** che necessitano di un'informativa disciplinata nel dettaglio e standardizzata e prodotti per i quali è preferibile una normativa di principio:
 - a. foglio informativo standardizzato per il conto corrente e i servizi normalmente a esso collegati (bancomat, assegni, carte di pagamento, ecc.) e i mutui quando destinati ai consumatori; nel tempo si potranno predisporre fogli informativi standardizzati anche per altri tipi di rapporti
 - b. foglio informativo non standardizzato e con disciplina di principio per tutte le altre tipologie contrattuali

Si condivide questa impostazione?

Vi sono altri rapporti per i quali si ritiene opportuna la predisposizione di prototipi di fogli informativi standardizzati?

- per i **prodotti destinati ad avere un'informativa standardizzata** (categoria a), il foglio informativo contiene:
 - le notizie sull'intermediario (attuale sezione I, fortemente semplificata)
 - una breve descrizione del servizio e dei rischi tipici a esso connessi (attuale sezione II)

- l'elenco di tutte le condizioni economiche (attuale sezione III).

Per quanto concerne le principali clausole contrattuali (attuale sezione IV), il foglio informativo riporta esclusivamente quelle che è importante conoscere nella fase di offerta al pubblico (recesso in caso di ripensamento, mezzi di reclamo).

Ai fini della consultazione pubblica, è stato predisposto, in via esemplificativa, il prototipo di foglio informativo per il conto corrente (con servizi normalmente connessi) offerto ai consumatori. Esso costituisce la rielaborazione di un modello inizialmente predisposto, in sede di autoregolamentazione, da PattiChiari ed esaminato congiuntamente alla Banca d'Italia nel corso del 2008.

Considerati la complessità del prodotto e il numero elevato delle voci di costo, il **prototipo** è stato elaborato secondo due principali criteri:

- forte semplificazione della terminologia e impiego di indicatori sintetici di costo (cfr. *infra* par. 3.13);
- suddivisione della parte sulle condizioni economiche in due parti:
 1. la prima ha un contenuto standardizzato (sia nell'ordine di presentazione che nella terminologia) e contiene le principali voci di costo (cioè quelle rappresentative dell'operatività di un consumatore italiano medio titolare di un conto corrente)
 2. la seconda riproduce le rimanenti condizioni e ha formato libero, sebbene con alcune guide di carattere generale.

La suddivisione della principale sezione del foglio informativo in due parti presenta il vantaggio di attirare l'attenzione del cliente sulla prima parte, che è standardizzata (dunque comparabile con altre offerte) e sulle condizioni che con ogni probabilità sono le più importanti.

Le banche sono invitate a inserire nel campo libero alla fine della prima parte standardizzata le ulteriori condizioni economiche che hanno una maggiore incidenza sui rapporti con i propri clienti.

La nuova disciplina, inoltre, indica le voci da inserire obbligatoriamente nella legenda e ne fornisce la definizione.

Secondo una simulazione effettuata su alcuni fogli informativi attualmente impiegati dalle banche, il nuovo foglio è notevolmente più breve: le pagine sono la metà, il numero delle parole e dei caratteri è stato ridotto dell'80 per cento.

- per gli **altri prodotti** (categoria b – normativa di principio), il foglio informativo deve essere redatto in conformità a norme di tipo generale che richiedono: la completezza; la sinteticità; la comprensibilità. Anche in questi fogli informativi le informazioni riguarderebbero le notizie sull'intermediario (attuale sezione I, fortemente semplificata); una breve descrizione del servizio e dei rischi tipici a esso connessi (attuale sezione II); l'elenco di tutte le

condizioni economiche (attuale sezione III); le sole condizioni contrattuali concernenti il recesso e gli strumenti di reclamo;

- la revisione della disciplina del foglio informativo secondo le linee sopra descritte è integrata dall'**introduzione di disposizioni di principio concernenti l'organizzazione** (cfr. infra, *sub* par. 3.15) che consentono di ridurre alcuni obblighi, attualmente previsti in maniera molto dettagliata a carico degli intermediari concernenti le modalità di messa a disposizione dei fogli informativi.

3.9 DOCUMENTO DI SINTESI (SEZ. II, PAR. 7)

Il documento di sintesi rappresenta una delle principali innovazioni introdotte nel 2003. Esso costituisce il frontespizio del contratto (pur non facendone parte integrante dal punto di vista legale) e riporta, in maniera personalizzata (ossia riferite a quello specifico cliente), le informazioni contenute nelle sezioni III (condizioni economiche) e IV (principali clausole contrattuali) del foglio informativo.

La funzione del documento di sintesi è far conoscere al cliente le condizioni applicate al rapporto che si accinge a instaurare con la banca. Nella fase precontrattuale la sua funzione si esplica in due momenti:

- durante le trattative, se il cliente si avvale del diritto di chiedere copia del contratto idoneo per la firma, per poter riflettere sui suoi contenuti
- alla stipula del contratto, perché consente di prendere visione in maniera immediata delle principali condizioni (soprattutto) economiche praticate (le quali, altrimenti, potrebbero essere riportate anche in ordine sparso nel corpo del contratto).

Lo schema del documento di sintesi è ripreso nelle comunicazioni periodiche: il cliente ha l'aggiornamento delle condizioni che gli vengono praticate in corso di rapporto (tale aspetto verrà trattato più ampiamente nel paragrafo 3.12) attraverso uno schema di riferimento fisso.

Criticità e innovazioni

La principale criticità emersa, come per il foglio informativo, è l'eccesso di informazioni, soprattutto nella sezione dedicata alle principali clausole contrattuali.

La funzione del documento di sintesi rimane tuttavia fondamentale, in quanto contribuisce a far comprendere l'intero testo contrattuale.

Scartate quindi le ipotesi di mantenere il documento di sintesi invariato ovvero di sopprimerlo (cfr. anche la Relazione sull'analisi d'impatto, punto D), si è optato per una semplificazione simile a quella prevista per il foglio informativo. In particolare:

- viene predisposto per i soli servizi commercializzati secondo schemi contrattuali uniformi (esclusi, quindi, quelli oggetto di trattativa individuale)
- riporta solo le condizioni e le clausole contenute anche nel foglio informativo
- per i servizi il cui foglio informativo contiene una parte standardizzata, viene standardizzato anche il documento di sintesi
- può coincidere con il foglio informativo quando le condizioni dell'offerta non siano personalizzabili (in questo caso al contratto potrà essere unito il foglio informativo)
- può coincidere con la sezione del contratto che riassume le condizioni economiche, se vi è un accordo delle parti in tal senso.

3.10 CONSEGNA DI COPIA DEL CONTRATTO IDONEO PER LA STIPULA (SEZ. II, PAR. 6)

L'attuale normativa prevede la consegna di copia del contratto idonea per la firma, se il cliente la richiede. La consegna non impegna la banca alla conclusione del contratto. Il cliente deve obbligatoriamente attestare, in calce al contratto stipulato, se si sia avvalso del diritto in questione.

Criticità

La consegna della copia del contratto permette al cliente di conoscere e considerare meglio le condizioni contrattuali prima della firma e supplisce alla mancanza di un generale diritto di "ripensamento". Eppure non sembra aver avuto una gran fortuna, probabilmente perché:

- gli intermediari possono chiedere un "rimborso spese" per la consegna
- i testi contrattuali sono di difficile comprensione
- i clienti sono poco informati sull'esistenza del diritto
- la rinuncia al diritto di ottenere copia del contratto idonea per la stipula è divenuta quasi una clausola di stile.

Va, peraltro, considerato che numerose innovazioni legislative intervenute dopo il 2003 hanno agevolato l'uscita del cliente da un rapporto contrattuale con la banca (disciplina sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, direttiva sul credito al consumo, diritto di recedere senza penali e senza spese dai rapporti di durata e dai mutui per l'acquisto dell'abitazione). L'esigenza di supplire alla mancanza di un generale diritto di "ripensamento" risulta quindi attenuata.

Ciò nonostante, si ritiene opportuno mantenere la previsione di tale obbligo a carico degli intermediari alla luce delle seguenti considerazioni:

- per alcuni clienti, soprattutto quelli finanziariamente più evoluti, questa previsione potrebbe risultare effettivamente utile ai fini della comprensione del contratto proposto
- con la semplificazione del foglio informativo – che conterrà solo alcune (le più significative) clausole contrattuali (cfr. *supra sub* par. 3.8) – la consegna della copia del contratto (che contiene tutte le clausole contrattuali) nella fase delle trattative diventa più importante
- la consegna di copia del contratto è espressamente prevista, come facoltà per il consumatore, dalle nuove direttive sul credito al consumo e sui servizi di pagamento.

Innovazioni

- gratuità per il cliente. Secondo l'analisi d'impatto preliminare (cfr. Relazione sull'analisi d'impatto, punto C), l'intervento si tradurrebbe nella redistribuzione dal consumatore alla banca dei costi amministrativi per la produzione della copia del contratto. Tale trasferimento di costi potrebbe essere più significativo nel caso di finanziamenti, che prevedono una valutazione del merito di credito del cliente. Non si possono peraltro escludere fenomeni di traslazione del relativo onere sulla clientela. Benefici potrebbero derivare dal fatto che un numero maggiore di clienti sarebbe incentivato a chiedere l'emissione di copia del contratto
- soppressione dell'attestazione con la quale il cliente dichiara, in calce al contratto, se intenda o meno avvalersi del diritto in questione (così come per la consegna del foglio informativo, l'adempimento è stato sostituito da un richiamo all'esigenza di approntare procedure apposite perchè gli addetti alla rete vendita impieghino attivamente la documentazione e gli strumenti previsti dalla normativa per spiegare ai clienti le caratteristiche dei prodotti)
- possibilità, per il cliente, di chiedere il solo documento di sintesi invece del testo completo del contratto.

3.11 “CONTO CORRENTE SEMPLICE”

In alcuni paesi – tra cui l'Italia - sono state varate iniziative, anche di autoregolamentazione, per offrire un conto corrente di base, molto semplice e comprensivo di servizi minimi. Recentemente anche la Commissione Europea lo ha menzionato tra gli strumenti che possono favorire l'inclusione finanziaria ⁽⁶⁾. L'offerta diffusa di un prodotto del genere potrebbe favorire l'accesso ai servizi bancari da parte della clientela con esigenze finanziarie elementari.

⁽⁶⁾ *Financial Inclusion: Ensuring Access to a Basic Bank Account Consultation Document*; in http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2009/fin_inclusion/consultation_en.pdf

Il conto corrente di base è uno strumento particolarmente trasparente: avendo le medesime caratteristiche per tutte le banche che lo offrono, il suo costo è facilmente confrontabile. La trasparenza è massima se la tariffazione dei servizi di base offerti con il conto è “a pacchetto”, senza costi variabili.

Per questa ragione la Banca d'Italia è disponibile a configurare un “conto corrente semplice”, che potrebbe consentire al titolare di svolgere operazioni di base quali ricevere ed effettuare bonifici, prelevare con una carta bancomat, pagare le utenze.

La base giuridica di una tale previsione sarebbe l'articolo 117, comma 8, del Testo unico bancario, il quale stabilisce che, d'intesa con la Consob, la Banca d'Italia “può prescrivere che determinati contratti (...), individuati attraverso una particolare denominazione (...), abbiano un contenuto tipico determinato”.

Le banche non sarebbero obbligate a offrire il “conto corrente semplice”; ma se decidessero di offrire un prodotto così denominato, esso dovrebbe avere tutte le caratteristiche riportate nella disciplina della Banca d'Italia.

Per configurare il “conto corrente semplice” è necessario prendere in considerazione diverse opzioni che dipendono da:

- quali servizi offrire assieme al conto corrente: verrebbero definiti dalla Banca d'Italia attraverso un confronto con le associazioni di categoria degli intermediari e dei clienti, qualora dalla consultazione emergesse un interesse per questo strumento
- le modalità di tariffazione:
 1. *libera*, con costi fissi e variabili ⁽⁷⁾
 2. *flat*, con un canone fisso
 3. *flat* per i servizi compresi nel pacchetto di base, uguale per tutte le banche, con la possibilità di aggiungere ulteriori servizi ai quali verrebbero applicate le spese pubblicizzate dalla banca nel foglio informativo.

L'opzione 1) è la più flessibile, ma è anche quella che rende meno semplice la comprensione dei costi e il confronto tra diverse offerte.

Le opzioni 2) e 3), invece, rendono possibile una pubblicità dei costi imperniata soprattutto sull'indicatore sintetico per quanto riguarda i servizi di base inclusi nel pacchetto, con un evidente beneficio in termini di immediata comprensibilità e confrontabilità delle offerte. L'opzione 3) presenta una maggiore flessibilità rispetto alla 2).

In base all'analisi d'impatto (cfr. punto H della Relazione), l'introduzione del “conto corrente semplice” potrebbe comportare sensibili benefici per la clientela, soprattutto per quella con livello basso di cultura finanziaria.

1) Si ritiene utile questo strumento?

⁽⁷⁾ L'iniziativa “servizi finanziari di base” di Patti Chiari prevede la possibilità che possono essere applicati dalla banca costi sia variabili che fissi.

2) Se sì:

- *quali servizi dovrebbe includere il conto corrente semplice?*
- *quale modalità di tariffazione andrebbe adottata?*

3.12 COMUNICAZIONI PERIODICHE (SEZ. IV)

Il TUB prevede (art. 119) che nei contratti di durata sia fornita al cliente, per iscritto, alla scadenza del rapporto e almeno una volta l'anno, una comunicazione completa e chiara sull'andamento del rapporto (per i rapporti regolati in conto corrente il cliente ha facoltà di ottenere un invio infrannuale).

Il CICR ha rimesso l'individuazione del contenuto e delle modalità delle comunicazioni pressoché integralmente alla disciplina applicativa della Banca d'Italia.

Le vigenti Istruzioni di vigilanza stabiliscono:

- il contenuto minimo delle comunicazioni periodiche: un rendiconto che indica tutte le movimentazioni, le somme a qualsiasi titolo addebitate o accreditate, il saldo e ogni altra informazione rilevante per la comprensione dell'andamento del rapporto; una copia aggiornata del documento di sintesi;
- la periodicità; l'invio del documento di sintesi può avere una periodicità anche diversa (es. annuale) rispetto al rendiconto (ove questo sia inviato con cadenza infrannuale);
- le modalità di invio, individuando i casi in cui è possibile avvalersi di tecniche telematiche.

Criticità e innovazioni

Le principali criticità riguardano la quantità di documentazione inviata, ritenuta eccessiva, costosa e di difficile lettura.

Considerato che le comunicazioni rivestono carattere obbligatorio sulla base di quanto previsto dal TUB e che sono molto utili per la comprensione dell'andamento del rapporto, la rilevazione di eventuali irregolarità commesse dall'intermediario e il confronto delle condizioni applicate al rapporto con quelle disponibili sul mercato, il regime previsto dall'attuale disciplina dovrebbe essere sostanzialmente mantenuto, ma con innovazioni che possono ridurre o eliminare gli attuali problemi; per queste ragioni:

- all'estratto conto di fine anno è affiancato, per la clientela al dettaglio, un riepilogo delle spese sostenute nel corso dell'anno (anche questa innovazione prende spunto da un'iniziativa esaminata nel 2008 con il consorzio PattiChiari)

- il documento di sintesi inviato periodicamente viene semplificato, coerentemente con la generale revisione del contenuto di questo documento nella fase precontrattuale
- il cliente dovrà espressamente scegliere, al momento della conclusione del contratto, se ricevere comunicazioni in via telematica o cartacea, prendendo visione dei costi relativi a ciascuna modalità (ciò potrebbe favorire la scelta del canale telematico, meno costoso)
- le comunicazioni dovranno essere redatte conformemente ai principi generali illustrati *sub* par. 3.6.

Si ritiene preferibile:

- *mantenere l'invio su base almeno annuale del documento di sintesi, alla luce delle semplificazioni introdotte con riguardo alla struttura del documento, oppure*
- *prevedere l'invio del riepilogo delle sole clausole oggetto di modifica durante l'anno e, per i conti correnti dei consumatori, l'aggiornamento delle principali condizioni economiche (prima parte della sezione "condizioni economiche" del documento di sintesi standardizzato)?*

3.13 INDICATORE SINTETICO DI COSTO (SEZ. II, PAR. 8)

La deliberazione del CICR del 4 marzo 2003 prevede che "[l]a Banca d'Italia individua le operazioni e i servizi per i quali, in ragione delle caratteristiche tecniche, gli intermediari sono obbligati a rendere noto un Indicatore Sintetico di Costo (ISC) comprensivo degli interessi e degli oneri che concorrono a determinare il costo effettivo dell'operazione per il cliente [...]".

Le Istruzioni di vigilanza prevedono attualmente l'indicazione dell'ISC nella documentazione di trasparenza per alcune tipologie di finanziamenti non regolati in conto corrente.

L'ISC viene calcolato analogamente al TAEG previsto dalla disciplina sul credito al consumo ed è uno strumento di grande utilità in quanto consente un'immediata percezione del costo totale del credito.

La relativa disciplina presenta, peraltro, margini di miglioramento con riguardo ai seguenti profili:

▪ Modalità di calcolo dell'ISC/TAEG per i finanziamenti

Il calcolo dell'ISC secondo le medesime modalità del TAEG comporta che l'indicatore possa risultare non del tutto rappresentativo del costo totale del credito per i contratti che presentano voci di costo tipicamente assenti nel credito al consumo (per esempio, le spese connesse all'assicurazione sull'immobile).

In attesa del recepimento della direttiva sul credito ai consumatori (2008/48/CE) – che adotta una base di calcolo del TAEG adatta

anche per altre tipologie di finanziamento – si ritiene non opportuno, per ragioni di carattere sistematico, intervenire sin d’ora su questo profilo.

Per evitare confusione nell’uso degli acronimi, l’ISC dei finanziamenti verrà chiamato sempre “tasso annuo effettivo globale” (TAEG).

▪ **Conto corrente**

Per il cliente è estremamente utile conoscere, attraverso un indicatore sintetico di costo, l’ammontare complessivo dei costi che potrebbe sostenere se sceglie un conto corrente e i servizi a esso connessi. Tale indicatore sintetico, infatti, è di immediata percezione e consente in maniera molto agevole il confronto tra le diverse offerte disponibili sul mercato.

Peraltro, visto che ogni consumatore ha le proprie esigenze, l’elaborazione di un indicatore sintetico personalizzato richiede la possibilità di accedere ad algoritmi di calcolo, ad esempio su internet. Tali algoritmi potrebbero essere pubblicati sul sito della banca ovvero da motori di ricerca indipendenti. La Banca d’Italia auspica lo sviluppo di questi strumenti che consentono il calcolo personalizzato del costo del conto corrente.

La documentazione di trasparenza e, in particolare, i fogli informativi, si possono evidentemente limitare a riportare indicatori sintetici di costo riferiti a profili di utilizzo tipo.

La nuova disciplina prevede quindi che i fogli informativi e i documenti di sintesi dei conti correnti offerti ai consumatori riportino un ISC riferito a tre profili di cliente (con operatività bassa, media e alta) elaborati sulla base di dati raccolti con l’ultima indagine sui costi dei conti correnti.

La Banca d'Italia è disponibile a rivedere tali profili se in sede di consultazione verranno prospettate ipotesi di profili alternativi sufficientemente rappresentativi degli utilizzi delle diverse fasce di clientela.

Il foglio informativo standardizzato chiarisce comunque che l’ISC, sebbene indicativo degli oneri complessivi sostenuti dalla clientela in relazione al conto corrente, non corrisponde esattamente al costo effettivo del conto per il singolo consumatore, ma consiste in un valore medio calcolato a livello di sistema con riferimento a profili-tipo di clientela.

Nel caso in cui la banca offra più conti correnti, ciascuno destinato a una specifica fascia di clientela, l’indicazione dell’ISC relativo ad altre fasce di clientela potrebbe risultare superflua in presenza di politiche commerciali che prevedono l’offerta del prodotto esclusivamente alla clientela target. La Banca d’Italia è disponibile a prendere in considerazione la possibilità che in questi casi l’ISC relativo alle fasce di clientela non target possa essere omesso a condizione che la banca sia in grado di dimostrare di avere efficaci procedure per:

- effettuare, al momento della commercializzazione, la profilatura del cliente e indirizzare quest'ultimo verso le soluzioni effettivamente più convenienti rispetto alle esigenze del suo profilo
- verificare la permanenza del cliente nel profilo con periodicità almeno biennale.

Si ritiene condivisibile l'omissione dell'ISC, relativo ad alcuni profili di utilizzo, nei casi che si sono illustrati sopra? Si ritengono sufficienti i presidi che compenserebbero questa omissione?

▪ **Apertura di credito in conto corrente**

Considerata la complessità delle diverse voci che possono concorrere a determinare il costo di un affidamento e, soprattutto, la complessità e opacità di alcune di esse (per esempio, la commissione di massimo scoperto), si è ritenuto di chiedere agli intermediari di pubblicizzare, per ciascuna offerta indirizzata a clienti al dettaglio, un indicatore sintetico dell'insieme dei costi a carico del cliente connesse con l'apertura di credito in conto corrente. Data la natura del rapporto, l'ISC può essere calcolato solo fornendo alcune esemplificazioni. Queste ultime presentano il vantaggio indubbio di rendere esplicite le conseguenze delle singole voci di costo, individualmente o cumulativamente applicate. Evidentemente, gli esempi possono non riflettere la reale operatività del cliente e non mettere in luce alcune peculiarità del prodotto.

Si ritiene quindi di chiedere che i fogli informativi e i documenti di sintesi contengano un ISC calcolato in base a alcune esemplificazioni; per favorire la comparazione tra diverse offerte, le ipotesi su cui si devono basare gli esempi sono fornite dalla Banca d'Italia (anch'esse potranno essere riviste a seguito della consultazione). Inoltre, per i clienti che desiderino capire il costo dell'affidamento in base alle proprie specifiche esigenze, viene richiesto alle banche di predisporre appositi algoritmi di calcolo sul sito internet.

3.14 IMPIEGO DI TECNICHE DI COMUNICAZIONE A DISTANZA (SEZ. V)

La sezione V contiene una disciplina compiuta e organica della commercializzazione di prodotti e servizi bancari e finanziari da parte degli intermediari mediante tecniche di comunicazione a distanza (internet, telefono, fax, posta), coerente con il quadro normativo vigente in materia.

Innovazioni

Le nuove disposizioni:

- forniscono indicazioni sul coordinamento tra la disciplina prevista ai sensi del titolo VI del TUB e le disposizioni contenute nelle normative su commercio elettronico (d.lgs. n. 70/2003) e commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori (Codice del consumo)
- danno orientamenti interpretativi sull'applicazione della disciplina di trasparenza in caso di impiego di tecniche di comunicazione a distanza e sulle disposizioni in materia di comunicazioni commerciali non richieste
- precisano che l'obbligo, per gli intermediari, di pubblicare su internet i fogli informativi dei servizi offerti riguarda tutti i casi in cui gli intermediari hanno un sito web.

3.15 ORGANIZZAZIONE, PROCEDURE E CONTROLLI INTERNI (SEZ XI)

Un punto qualificante della nuova disciplina è l'introduzione di obblighi di natura organizzativa e procedurale dedicati ai rapporti con la clientela al dettaglio, per gli aspetti non disciplinati dal TUF (che regola servizi di investimento e prodotti finanziari).

Innovazioni

- **“Confezionamento” dei nuovi prodotti**

Si chiede agli intermediari di predisporre procedure che verifichino che i nuovi prodotti siano comprensibili (in termini di struttura, caratteristiche e rischi) per la clientela. Particolare attenzione dovrebbe essere rivolta a evitare di inserire nei contratti clausole intrinsecamente complesse (per esempio, commissione di massimo scoperto): se gli intermediari ritengono appropriato inserire queste clausole nei contratti, vengono richiesti particolari accorgimenti, quali l'offerta di contratti analoghi con clausole più semplici e l'adozione di procedure per prestare al cliente assistenza nella comprensione di queste clausole.

- **Commercializzazione dei prodotti**

Trasparenza e correttezza dei comportamenti devono improntare ogni fase della commercializzazione attraverso: modalità di redazione della documentazione di trasparenza, uso attivo della documentazione da parte della rete vendita, formazione del personale, restituzione tempestiva delle somme indebitamente percepite, standard di trasparenza adeguati in caso di *outsourcing*.

Queste procedure dovranno altresì evitare che il cliente sia indirizzato verso prodotti manifestamente inadatti rispetto alle proprie esigenze. Agli intermediari non è richiesto di assicurare assistenza al cliente fino al punto di individuare, in ogni caso, l'offerta più adeguata, bensì di adottare procedure organizzative

volte a evitare modalità di commercializzazione oggettivamente idonee a indurre il cliente a selezionare prodotti manifestamente non adatti. Non si tratta, dunque, di un dovere di consulenza bensì di un obbligo di astenersi da determinate forme di commercializzazione.

Solo per i prodotti più complessi si chiede che sia svolta una valutazione circa l'opportunità di sviluppare forme di assistenza per verificare la coerenza tra il profilo del cliente e i prodotti al medesimo offerti.

- **Remunerazione della rete vendita**

Le politiche di remunerazione non dovrebbero incentivare episodi di *mis-selling*.

- Possibilità per i clienti di avere in tempi rapidi **copia aggiornata del contratto** e la **restituzione di somme indebitamente addebitate**.

- **Procedure di gestione dei reclami.**

Una efficace gestione dei reclami consente di ridurre il contenzioso e la conflittualità con la clientela. Per questa ragione, si richiede l'individuazione di un soggetto o di una struttura responsabile della gestione dei reclami, indipendenti rispetto alle funzioni commerciali. Le risposte fornite ai reclami dovranno essere tempestive e complete; in caso di accoglimento del reclamo, dovranno contenere impegni precisi, anche con riguardo ai tempi di adeguamento.

Sebbene, nel complesso, la disciplina introduca nuovi oneri regolamentari per gli intermediari, va tenuto presente che:

- oneri analoghi sono già previsti, in molti casi, per il comparto dei servizi di investimento e dei prodotti finanziari
- alcuni degli adempimenti richiesti riflettono *best practice* che dovrebbero essere già adottate dagli intermediari
- a fronte dell'introduzione di tali obblighi, è stato possibile superare alcune regole molto dettagliate sulla predisposizione e la messa a disposizione della documentazione di trasparenza
- gli intermediari dovranno attuare le procedure secondo un principio di proporzionalità. Ad esempio, il livello di formazione degli addetti alla rete di vendita varierà a seconda della complessità dei prodotti commercializzati e del grado di coinvolgimento dei singoli addetti alla commercializzazione.

La sezione XI si limita a porre principi di carattere generale, al fine di interferire il meno possibile con l'autonomia organizzativa degli intermediari. Se ritenuto utile dagli operatori, la Banca d'Italia è tuttavia disponibile a emanare linee guida applicative.

Secondo i primi risultati dell'analisi d'impatto, si tratta dell'innovazione che potrebbe comportare maggiori costi di *compliance* per gli intermediari, sia nella fase di avviamento sia ricorrenti. D'altra parte, pur in assenza di norme specifiche sulla trasparenza, il perseguimento della sana e prudente gestione dovrebbe indurre gli intermediari a porre in essere tutte le azioni necessarie per assicurare rapporti corretti con la clientela. Pertanto, i costi di *compliance* potrebbero risultare più contenuti di quanto possa apparire ad una prima valutazione. I benefici sarebbero significativi: specifici requisiti organizzativi contribuirebbero a ridurre considerevolmente i rischi operativi, di reputazione e legali per gli intermediari. Inoltre, procedure snelle e veloci per dare riscontro ai reclami migliorerebbero la relazione banca-clientela, con significativi vantaggi per entrambi. I benefici dell'intervento sembrerebbero dunque sopravanzare i costi di *compliance*, pure non trascurabili. Una valutazione definitiva potrà essere condotta solo alla luce delle informazioni raccolte nel corso della consultazione.

3.16 ENTRATA IN VIGORE

Il testo delle nuove disposizioni non precisa la data a partire dalla quale gli intermediari dovranno rispettare le nuove disposizioni. La Banca d'Italia è consapevole che esse richiederanno l'adattamento di numerose procedure e che ciò potrebbe richiedere tempi non brevi.

Per questo motivo, la Banca d'Italia si riserva di determinare la durata del periodo transitorio successivamente alla consultazione.

Gli intermediari sono invitati a fornire una prima e motivata quantificazione del periodo di cui potrebbero aver bisogno per l'adeguamento alla nuova disciplina.

GLI INTERVENTI SULLE DISPOSIZIONI: IL QUADRO DI INSIEME

STRUMENTO DI TRASPARENZA	DESCRIZIONE SECONDO LA DISCIPLINA ATTUALE	SEMPLIFICAZIONE DEGLI ADEMPIMENTI E DEL CONTENUTO INFORMATIVO	INNOVAZIONI A TUTELA DELLA CLIENTELA	MAGGIORI ADEMPIMENTI PER GLI INTERMEDIARI
Guida dei diritti	Con la denominazione di <i>Avviso</i> , indica i diritti e gli strumenti di tutela della clientela previsti dal titolo VI del TUB. Riguarda in modo generalizzato tutti i servizi e le operazioni.	La Banca d'Italia fornisce modelli che gli intermediari possono semplicemente riprodurre: >> il documento generale dei diritti, differenziato a seconda del canale di commercializzazione >> Guide pratiche per i prodotti più diffusi presso i consumatori.	Il cliente conosce i suoi diritti grazie a documenti mirati, scritti in un linguaggio semplice, invece di dove consultare un avviso generico e dalla formulazione tecnica	Va differenziato per i prodotti più diffusi presso la clientela al dettaglio (conti correnti, mutui, ecc.)
Foglio informativo	Fa conoscere <i>ex ante</i> le condizioni offerte per ciascun servizio alla generalità della clientela. Si compone di 4 sezioni: I) informazioni sull'intermediario; II) caratteristiche e rischi tipici dell'operazione o del servizio; III) condizioni economiche; IV) principali clausole contrattuali. Non è richiesto per i contratti oggetto di trattativa individuale.	Forte alleggerimento dei contenuti delle sezioni I, II e IV La Banca d'Italia fornisce modelli di standardizzazione – totale o parziale - dei fogli informativi di alcuni prodotti destinati ai consumatori.	Il cliente ha un documento più semplice, che gli permette di confrontare le offerte di ciascun intermediario e di intermediari diversi	Vanno formulati secondo precisi criteri di redazionali, per garantirne leggibilità e comprensibilità. Nei fogli informativi dei conti correnti (consumatori) e delle aperture di credito (clienti al dettaglio) sono indicati alcuni indicatori sintetici di costo.

STRUMENTO DI TRASPARENZA	DESCRIZIONE SECONDO LA DISCIPLINA ATTUALE	SEMPLIFICAZIONE DEGLI ADEMPIMENTI E DEL CONTENUTO INFORMATIVO	INNOVAZIONI A TUTELA DELLA CLIENTELA	MAGGIORI ADEMPIMENTI PER GLI INTERMEDIARI
Documento di sintesi	È il frontespizio del contratto. Facilita l'immediata comprensione delle principali condizioni. Riporta, in maniera personalizzata, le voci di cui alle sezioni III e IV del foglio informativo.	Escluso per contratti oggetto di trattativa individuale. Forte alleggerimento del contenuto, soprattutto con riguardo alle clausole contrattuali. Standardizzazione dei documenti di sintesi di alcuni prodotti destinati ai consumatori. Può coincidere col foglio informativo (servizi non personalizzabili)	Il cliente ha un documento più leggero e più facile da consultare.	Vanno formulati secondo precisi criteri di redazionali, per garantirne leggibilità e comprensibilità.
Consegna di copia del contratto idoneo per la stipula	Il cliente ha diritto di chiedere copia del contratto idoneo per la stipula per una lettura ponderata dell'intero testo. La consegna non impegna il cliente né l'intermediario alla stipula.	Il cliente può anche chiedere la consegna del solo documento di sintesi. Non è prevista per i casi di trattativa individuale.	La consegna è gratuita.	La consegna è gratuita.
Contratto	È redatto per iscritto (salve limitatissime eccezioni); una copia è consegnata al cliente.			

STRUMENTO DI TRASPARENZA	DESCRIZIONE SECONDO LA DISCIPLINA ATTUALE	SEMPLIFICAZIONE DEGLI ADEMPIMENTI E DEL CONTENUTO INFORMATIVO	INNOVAZIONI A TUTELA DELLA CLIENTELA	MAGGIORI ADEMPIMENTI PER GLI INTERMEDIARI
Informativa periodica	<p>Si compone di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rendiconto, inviato al cliente (almeno una volta l'anno) per indicare tutte le movimentazioni, gli addebiti, gli accrediti, il saldo e ogni informazione utile sull'andamento del rapporto ▪ Documento di sintesi (periodico), inviato al cliente (almeno una volta l'anno) per aggiornare le informazioni del documento di sintesi unito al contratto. 	<p>Al momento del contratto il cliente deve scegliere il canale con cui ricevere le comunicazioni periodiche: online o cartaceo.</p> <p>Semplificazione e standardizzazione del documento di sintesi (v. sopra)</p>	<p>Ricevere le comunicazioni in forma elettronica consente un forte abbattimento delle spese.</p> <p>Il documento di sintesi è semplificato e più facilmente leggibile.</p> <p>Viene introdotto, per il conto corrente, un riepilogo annuale delle spese complessivamente sostenute nell'anno solare basato su voci sintetiche di costo (solo clienti al dettaglio). Con il riepilogo annuale il cliente comprende meglio quanto gli costa il conto corrente.</p>	Riepilogo annuale.
Organizzazione	Non è previsto nessun obbligo specifico	Soppressione delle regole su: modalità di messa a disposizione e consegna obbligatoria del foglio informativo; rinuncia al diritto alla consegna di copia del contratto.	Maggiore attenzione per le esigenze della clientela in tutte le fasi della catena del valore dell'intermediario.	Per garantire la trasparenza e la correttezza, gli intermediari devono adottare procedure in materia di predisposizione dei prodotti, commercializzazione, gestione del contenzioso.



**TRASPARENZA DELLE OPERAZIONI E DEI SERVIZI
BANCARI E FINANZIARI.**

**CORRETTEZZA DELLE RELAZIONI TRA
INTERMEDIARI E CLIENTI**

.....

TRASPARENZA DELLE OPERAZIONI E DEI SERVIZI BANCARI E FINANZIARI.

CORRETTEZZA DELLE RELAZIONI TRA INTERMEDIARI E CLIENTI

SEZIONE I

DISPOSIZIONI DI CARATTERE GENERALE

1. Premessa

1.1 *Finalità e ambito di applicazione oggettivo*

La disciplina sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari persegue l'obiettivo, nel rispetto dell'autonomia negoziale, di rendere noti ai clienti gli elementi essenziali del rapporto contrattuale e le loro variazioni, favorendo in tal modo anche la concorrenza nei mercati bancario e finanziario.

Il rispetto delle regole e dei principi di trasparenza e correttezza nei rapporti con la clientela attenua i rischi legali e di reputazione e concorre alla sana e prudente gestione dell'intermediario.

Le disposizioni in materia di trasparenza (titolo VI, capo I, del T.U.; delibere del CICR citate nel par. 2 e il presente provvedimento) si applicano — salva diversa previsione — a tutte le operazioni e a tutti i servizi disciplinati ai sensi del titolo VI del T.U. (incluso il credito al consumo ai sensi dell'art. 115, comma 3, del T.U.) aventi natura bancaria e finanziaria offerti dagli intermediari, anche al di fuori delle dipendenze ("fuori sede") o mediante "tecniche di comunicazione a distanza".

Secondo quanto previsto dall'art. 23, comma 4, del T.U.F., le disposizioni non si applicano ai servizi e alle attività di investimento né al collocamento di prodotti finanziari (1) e alle operazioni e servizi che siano componenti di prodotti finanziari, sottoposti alla disciplina della trasparenza prevista dal medesimo T.U.F., salvo che si tratti di credito al consumo.

Conseguentemente, le presenti disposizioni:

- a) non si applicano ai servizi di investimento come definiti dal T.U.F. e al collocamento di prodotti finanziari aventi finalità di investimento, quali,

(1) L'articolo 1, comma 1, lettera u), del T.U.F. definisce "prodotti finanziari" gli strumenti finanziari e ogni altra forma di investimento di natura finanziaria; non costituiscono prodotti finanziari i depositi bancari o postali non rappresentati da strumenti finanziari. La disciplina di cui al presente provvedimento si applica, quindi, oltre che ai depositi, anche ai certificati di deposito e ai buoni fruttiferi non rappresentati da strumenti finanziari in quanto consistenti in titoli individuali.

-
- ad esempio, obbligazioni e altri titoli di debito, certificati di deposito consistenti in strumenti finanziari, contratti derivati, pronti contro termine;
- b) in caso di prodotti composti la cui finalità esclusiva o preponderante non sia di investimento:
- si applicano all'intero prodotto se questo ha finalità, esclusive o preponderanti, riconducibili a quelle di servizi o operazioni disciplinati ai sensi del titolo VI del T.U. (ad esempio, finalità di finanziamento, di gestione della liquidità, ecc.);
 - si applicano alle sole componenti riconducibili a servizi o operazioni disciplinati ai sensi del titolo VI del T.U. negli altri casi.

In caso di prodotti composti la cui finalità esclusiva o preponderante sia di investimento si applicano le disposizioni del T.U.F. sia al prodotto nel suo complesso sia alle sue singole componenti, a meno che queste non costituiscano un'operazione di credito al consumo (alle quali si applica quanto previsto dalle presenti disposizioni).

La sezione XI dà attuazione alle deliberazioni del CICR del 2 agosto 1996 e del 25 luglio 2000 in materia di organizzazione amministrativa e contabile e controlli interni, rispettivamente, delle banche e dei gruppi bancari e degli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale previsto dall'articolo 107 del T.U., nella parte in cui prevedono che la Banca d'Italia stabilisca requisiti organizzativi minimi volti a salvaguardare la correttezza e la trasparenza dei rapporti con la clientela.

Anche le disposizioni della sezione XI riguardano i soli servizi che ricadono nell'ambito di applicazione del titolo VI del T.U.; ai rimanenti servizi si applicano le disposizioni previste ai sensi del T.U.F.

1.2 *Strumenti di trasparenza*

I principali strumenti di trasparenza sono i seguenti:

- forme di pubblicità su tassi, prezzi e altre condizioni contrattuali praticate per le operazioni e per i servizi e sui principali strumenti di tutela previsti in favore dei clienti (sez. II);
- requisiti di forma e contenuto minimo dei contratti (sez. III);
- forme di tutela nei casi di variazione delle condizioni contrattuali e comunicazioni periodiche idonee a informare il cliente sull'andamento del rapporto contrattuale (sez. IV);
- regole specifiche per il caso di impiego di tecniche di comunicazione a distanza (sez. V);
- requisiti organizzativi volti a presidiare i rischi legali e di reputazione degli intermediari attraverso il mantenimento di rapporti trasparenti e corretti con i clienti (sez. XI).

Gli intermediari sono tenuti ad aderire a sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie disciplinati dal CICR secondo criteri di

imparzialità e rappresentatività dell'organo decidente, rapidità ed economicità delle procedure, effettività della tutela (art. 128-*bis* del T.U.; deliberazione del CICR del 29 luglio 2008, n. 275).

1.3 Principi generali

Le informazioni previste ai sensi delle presenti disposizioni sono rese alla clientela in modo corretto, chiaro ed esauriente nonché adeguato alla forma di comunicazione utilizzata e alle caratteristiche dei servizi e della clientela. In applicazione del principio di proporzionalità, la disciplina si articola secondo modalità differenziate in relazione alle esigenze delle diverse fasce di clientela e alle caratteristiche dei servizi.

La disciplina sulla trasparenza presuppone che le relazioni d'affari siano improntate a criteri di buona fede e correttezza.

Essa, inoltre, si affianca alle disposizioni previste da altri comparti dell'ordinamento in materia di trasparenza e correttezza dei comportamenti nei confronti della clientela. Nello svolgimento delle proprie attività gli intermediari considerano l'insieme di queste discipline come un complesso regolamentare integrato e curano il rispetto della regolamentazione nella sua globalità, adottando le misure necessarie. Vengono in rilievo, ad esempio, le norme concernenti la distribuzione di prodotti di altri settori (mobiliare, assicurativo, ecc.), le clausole vessatorie nei contratti dei consumatori, la pubblicità ingannevole e le pratiche commerciali scorrette nonché la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori, il commercio elettronico, il recesso dai rapporti di durata, l'estinzione anticipata dei mutui immobiliari e la portabilità dei finanziamenti.

Le iniziative di autoregolamentazione degli operatori, anche intraprese a livello di categoria, concordate con le associazioni rappresentative dell'utenza o raccomandate da istituzioni comunitarie, possono rappresentare un utile strumento per accrescere l'efficacia della disciplina.

1.4 Redazione dei documenti

I documenti informativi disciplinati dal presente provvedimento sono redatti secondo criteri e presentati con modalità che garantiscano la correttezza, la completezza e la comprensibilità delle informazioni, così da consentire al cliente di capire le caratteristiche e i costi del servizio, confrontare con facilità i prodotti, adottare decisioni ponderate e consapevoli.

A tal fine, gli intermediari prestano attenzione ai seguenti profili:

- criteri di impaginazione che assicurano elevati livelli di leggibilità;
- struttura dei documenti idonea a presentare le informazioni in un ordine logico e di priorità che asseconi le necessità informative del cliente e faciliti la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti;

-
- semplicità sintattica e chiarezza lessicale calibrate sul livello di alfabetizzazione finanziaria delle differenti fasce di clientela, anche in relazione al prodotto proposto;
 - coerenza tra presentazione delle informazioni e canale comunicativo, che tenga conto di criticità e vantaggi dei diversi canali.

L'allegato 1 riporta una guida con le principali indicazioni redazionali che gli intermediari possono applicare per assicurare il rispetto dei criteri previsti dal presente paragrafo.

1.5. Autoregolamentazione

Le iniziative di autoregolamentazione degli operatori (codici di condotta, sistemi di composizione stragiudiziale delle controversie, ecc.), anche intraprese a livello di categoria o concordate con le associazioni rappresentative dell'utenza, possono rappresentare un utile strumento per accrescere l'efficacia della disciplina, contribuire a definire e a diffondere modelli di comportamento funzionali al miglioramento dei rapporti con la clientela, innalzare il grado di condivisione e di effettività della normativa in materia di trasparenza.

La Banca d'Italia è disponibile a esaminare le iniziative di autoregolamentazione al fine di valutare, assieme ai promotori, che le medesime siano in linea con le disposizioni del presente provvedimento; le iniziative possono costituire oggetto di esame congiunto anche nella prospettiva di integrare o sostituire alcuni specifici profili delle presenti disposizioni.

L'esame è volto ad approfondire, anche sulla base di una valutazione di impatto presentata dai promotori, se l'iniziativa:

- rispetta quanto previsto dal titolo VI del T.U. e dalle altre disposizioni di legge, nonché dalle delibere del CICR, in materia;
- realizza in maniera efficace le medesime finalità perseguite dalla presente disciplina;
- ha un numero adeguato di aderenti.

2. Fonti normative

La materia è regolata dalle seguenti disposizioni:

- titolo VI del T.U., concernente la trasparenza delle condizioni contrattuali delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari;
- articoli 53, comma 1, lettera d), 67, comma 1, lettera d), 107, comma 2, del T.U., i quali prevedono che la Banca d'Italia, in conformità delle deliberazioni del CICR, emani disposizioni di carattere generale aventi a oggetto l'organizzazione amministrativa e contabile e i controlli interni delle

banche, dei gruppi bancari, degli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'articolo 107 del medesimo T.U.;

- articolo 114-quater del T.U., il quale richiama, in quanto compatibile, ai fini della vigilanza regolamentare sugli Imel, l'articolo 53 del medesimo T.U.;
- deliberazione del CICR del 2 agosto 1996, recante attuazione dell'articolo 53, comma 1, lett. d) del T.U. in materia di organizzazione amministrativa e contabile e controlli interni delle banche;
- deliberazione del CICR del 9 febbraio 2000, recante "Modalità e criteri per la produzione di interessi sugli interessi scaduti nelle operazioni poste in essere nell'esercizio dell'attività bancaria e finanziaria";
- deliberazione del CICR del 9 febbraio 2000, recante "Credito fondiario. Disciplina dell'estinzione anticipata dei mutui";
- deliberazione del CICR del 25 luglio 2000, in materia di organizzazione amministrativa e contabile e controlli interni degli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale di cui all'articolo 107 del T.U.;
- deliberazione del CICR del 4 marzo 2003, recante "Disciplina della trasparenza delle condizioni contrattuali delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari";
- deliberazione del CICR del 4 marzo 2003, recante "Attuazione del Titolo V-bis del decreto legislativo n. 385/93 concernente gli istituti di moneta elettronica (Imel): disciplina in materia di partecipazioni al capitale degli Imel, vigilanza regolamentare, controlli sulle succursali in Italia di Imel comunitari";
- provvedimento UIC del 29 aprile 2005, recante "Istruzioni per i mediatori creditizi".

Si richiamano, inoltre:

- articolo 144, comma 3, del T.U., che prevede l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria per l'inosservanza delle norme contenute nell'art. 116 o delle relative disposizioni generali o particolari impartite dalle autorità creditizie;
- articolo 16, della legge 7 marzo 1996, n. 108, in materia di attività di mediazione o di consulenza nella concessione di finanziamenti da parte di banche o di intermediari finanziari;
- articolo 23, comma 4, del T.U.F., secondo cui le disposizioni del titolo VI, Capo I, del T.U. non si applicano ai servizi e attività di investimento, al collocamento di prodotti finanziari nonché alle operazioni e ai servizi che siano componenti di prodotti finanziari assoggettati alla disciplina dell'articolo 25-bis ovvero della parte IV, titolo II, capo I, del T.U.F.; in ogni caso, alle operazioni di credito al consumo si applicano le pertinenti disposizioni del titolo VI del T.U.;
- decreto legislativo 9 aprile 2003, n. 70, in materia di commercio elettronico;
- decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni, recante il Codice del Consumo;

-
- articolo 10 del decreto legge 4 luglio 2006, n. 223 (convertito, con modificazioni, nella legge 4 agosto 2006, n. 248), che ha introdotto il divieto per gli intermediari di richiedere ai clienti penali o altre spese in occasione dell'estinzione di rapporti di durata;
 - articoli 7, 8 e 13, commi da 8-*sexies* a 8-*quaterdecies* del decreto legge 31 gennaio 2007, n. 7 (convertito, con modificazioni, nella legge 2 aprile 2007, n. 40), e successive modifiche, concernenti l'estinzione anticipata dei mutui immobiliari, la "portabilità" dei finanziamenti e la cancellazione dell'ipoteca per i mutui immobiliari;
 - art. 62, del decreto legislativo 21 novembre 2007, n. 231, che prevede il trasferimento alla Banca d'Italia delle competenze e dei poteri dell'Ufficio italiano dei cambi (UIC);
 - decreto legge 29 novembre 2008, n. 185 (convertito, con modificazioni, nella legge 28 gennaio 2009, n. 2), e in particolare, l'articolo 2, comma 5, in materia di mutui garantiti da ipoteca per l'acquisto dell'abitazione principale, e l'articolo 2-*bis*, in materia di commissione di massimo scoperto e remunerazione dell'affidamento;
 - decreto del Presidente della Repubblica 14 marzo 2001, n. 144, "Regolamento recante norme sui servizi di bancoposta";
 - deliberazione del CICR del 29 luglio 2008, n. 275, recante "Disciplina dei sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie con la clientela ai sensi dell'articolo 128-*bis* del decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni";
 - decreto del Ministro del tesoro 8 luglio 1992, recante "Disciplina e criteri di definizione del tasso annuo effettivo globale per la concessione di credito al consumo";
 - decreto del Ministro dell'economia e delle finanze 12 febbraio 2004, recante "Aggiornamento delle norme per la trasparenza nelle operazioni di collocamento dei titoli di Stato";
 - provvedimento della Banca d'Italia del 3 settembre 2003, in materia di procedura per l'applicazione delle sanzioni amministrative agli intermediari non bancari;
 - provvedimento della Banca d'Italia del 27 aprile 2006, concernente modalità organizzative per l'attuazione del principio della distinzione tra funzioni istruttorie e funzioni decisorie nell'ambito della procedura sanzionatoria;
 - provvedimento della Banca d'Italia del 21 dicembre 2007, recante "Disposizioni relative al trasferimento alla Banca d'Italia delle competenze e dei poteri dell'Ufficio italiano dei cambi".

3. Definizioni

Ai fini del presente provvedimento si definiscono:

- "*annuncio pubblicitario*", messaggio, in qualsiasi modo diffuso, avente lo scopo di promuovere la vendita di prodotti e la prestazione di servizi;

-
- "*cliente*", qualsiasi soggetto, persona fisica o giuridica, che ha in essere un rapporto contrattuale o che intenda entrare in relazione con l'intermediario ⁽¹⁾;
 - "*clientela (o clienti) al dettaglio*", i consumatori, gli enti senza finalità di lucro e le imprese con fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro;
 - "*consumatore*", la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta;
 - "*intermediari*", le banche, gli intermediari finanziari iscritti negli elenchi previsti dagli articoli 106 e 107 del T.U., gli istituti di moneta elettronica (IMEL), Poste Italiane S.p.A. e ogni altro soggetto, nazionale o estero, cui si applica il titolo VI del T.U.;
 - "*intermediario committente*", l'intermediario per conto del quale è svolta un'offerta fuori sede;
 - "*locale aperto al pubblico*" o "*dipendenza*", la succursale dell'intermediario (come definita per le banche al titolo III, capitolo 2, delle Istruzioni di vigilanza per le banche) e qualunque locale dell'intermediario adibito al ricevimento del pubblico per le trattative e la conclusione di contratti, anche se l'accesso è sottoposto a forme di controllo;
 - "*offerta fuori sede*", l'offerta (ossia la promozione e il collocamento di operazioni e servizi bancari e finanziari) svolta in luogo diverso dalla sede o dalle dipendenze dell'intermediario;
 - "*prodotti composti*", schemi negoziali composti da due o più contratti tra loro collegati che realizzano un'unica operazione economica;
 - "*servizi accessori*", i servizi commercializzati insieme a un servizio principale, su base obbligatoria o facoltativa, anche se non strettamente connessi con esso (ad esempio, contratti di assicurazione, convenzioni con soggetti esterni, ecc.);
 - "*supporto durevole*", qualsiasi strumento che permetta al cliente di memorizzare informazioni a lui personalmente dirette in modo che possano essere agevolmente recuperate durante un periodo di tempo adeguato ai fini cui sono destinate le informazioni stesse e che consenta la riproduzione immutata delle informazioni memorizzate;
 - "*tecniche di comunicazione a distanza*", tecniche di contatto con la clientela, diverse dagli annunci pubblicitari, che non comportano la presenza fisica e simultanea del cliente e dell'intermediario o di un suo incaricato;

(1) Non rientrano nella definizione di cliente i seguenti soggetti: banche; società finanziarie; istituti di moneta elettronica (IMEL); imprese di assicurazione; imprese di investimento; organismi di investimento collettivo del risparmio (fondi comuni di investimento e SICAV); società di gestione del risparmio (SGR); società di gestione accentrata di strumenti finanziari; fondi pensione; Poste Italiane s.p.a.; Cassa Depositi e Prestiti e ogni altro soggetto che svolge attività di intermediazione finanziaria; società appartenenti al medesimo gruppo bancario dell'intermediario; società che controllano l'intermediario, che sono da questo controllate ovvero che sono sottoposte a comune controllo.

-
- "T.U.", il decreto legislativo 1° settembre 1993, n. 385, e successive modificazioni;
 - "T.U.F.", il decreto legislativo 24 febbraio 1998, n. 58, e successive modificazioni.

4. Destinatari della disciplina

Le sezioni da I a VII e X si applicano a:

- le banche autorizzate in Italia e le banche comunitarie che operano in Italia ⁽¹⁾, anche in regime di libera prestazione dei servizi, in conformità del diritto dell'Unione europea e delle relative disposizioni nazionali di recepimento;
- gli intermediari finanziari iscritti negli elenchi previsti dagli articoli 106 e 107 del T.U., ivi inclusi i confidi;
- gli IMEL italiani e gli IMEL comunitari che operano in Italia;
- Poste Italiane S.p.A., per le attività di bancoposta di cui al D.P.R. 14 marzo 2001, n. 144.

Ai mediatori creditizi si applica esclusivamente la sezione VIII.

Ai cambiavalute si applicano le disposizioni contenute nella sezione IX.

Le disposizioni contenute nella sezione XI si applicano alle banche autorizzate in Italia, alle succursali italiane di banche comunitarie, a Poste Italiane S.p.A. per le attività di bancoposta, agli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale previsto dall'articolo 107 del T.U., agli Imel italiani e alle succursali italiane di Imel comunitari.

(1) La Banca d'Italia pubblica sul proprio sito internet l'elenco delle banche autorizzate in Italia e delle banche comunitarie che operano in Italia.

SEZIONE II

PUBBLICITÀ E INFORMAZIONE PRECONTRATTUALE

1. Premessa

Gli strumenti di pubblicità delle operazioni e dei servizi offerti e delle relative condizioni contrattuali sono:

- i documenti contenenti i principali diritti del cliente, che richiamano l'attenzione dei clienti sui diritti previsti a loro favore;
- il “foglio informativo”, contenente informazioni sull'intermediario, sulle condizioni e sulle principali caratteristiche dell'operazione o del servizio offerto;
- la copia completa dello schema di contratto che può essere richiesta dal cliente prima della conclusione del contratto;
- il “documento di sintesi” delle principali condizioni, unito al testo del contratto.

Le disposizioni della presente sezione si applicano ai seguenti servizi e operazioni: depositi; certificati di deposito non consistenti in strumenti finanziari; mutui; aperture di credito; anticipazioni bancarie; crediti di firma; sconti di portafoglio; leasing finanziario; factoring; altri finanziamenti; garanzie ricevute; conti correnti di corrispondenza; incassi e pagamenti; emissione e gestione di mezzi di pagamento; emissione di moneta elettronica; versamento e prelievo di contante presso sportelli automatici; acquisto e vendita di valuta estera; intermediazione in cambi; custodia e amministrazione di strumenti finanziari; locazione di cassette di sicurezza ⁽¹⁾. Per i servizi di pagamento e le operazioni di credito ai consumatori cfr. anche le sezioni VI e VII.

Le disposizioni della presente sezione:

- non si applicano all'attività degli intermediari volta alla conclusione di contratti unilateralmente predisposti dal cliente ovvero che costituiscono oggetto di trattativa individuale, a meno che alla trattativa sia unicamente rimessa l'individuazione, all'interno di schemi contrattuali predefiniti dall'intermediario, di specifiche condizioni o clausole contrattuali ⁽²⁾;
- si applicano alla commercializzazione attraverso tecniche di comunicazione a distanza secondo quanto previsto dalla sezione V.

(1) L'elencazione coordina quanto previsto dalla delibera del CICR del 4 marzo 2003 (art. 3 e relativo allegato) con le innovazioni legislative intervenute successivamente. Si rammenta che lo stesso articolo 3 della delibera permette alla Banca d'Italia di stabilire che, in relazione all'evoluzione dell'operatività degli intermediari e dei mercati, altre operazioni e servizi siano riconducibili alle tipologie indicate nell'allegato alla delibera medesima.

(2) La natura individuale del contratto può essere evinta dalla documentazione a disposizione dell'intermediario ovvero dal testo del contratto.

Gli obblighi di pubblicità relativi alle informazioni indicate nella presente sezione non possono essere assolti mediante rinvio agli usi.

La documentazione prevista dalla presente sezione è messa a disposizione e consegnata gratuitamente alla clientela.

Le informazioni pubblicizzate non costituiscono offerta al pubblico a norma dell'articolo 1336 del codice civile.

2. Documenti contenenti i principali diritti del cliente

Gli intermediari espongono nei locali aperti al pubblico e mettono a disposizione dei clienti mediante copia asportabile un documento generale denominato “Principali diritti del cliente”, conforme, per ciascuna modalità di commercializzazione impiegata (offerta presso lo sportello, offerta fuori sede, internet), ai modelli riportati nell’Allegato 2A. I diritti che riguardano esclusivamente servizi che non sono offerti dall’intermediario sono omessi.

Gli intermediari mettono, inoltre, a disposizione della clientela mediante copia asportabile appositi documenti (“Guide”) concernenti:

- i contratti di conto corrente (e i servizi più comunemente associati quali bancomat, assegni, carte di credito, scoperti, ecc.) offerti ai consumatori;
- i mutui ipotecari offerti ai consumatori;
- l’accesso ai meccanismi di soluzione stragiudiziale delle controversie previsti ai sensi dell’articolo 128-*bis* del T.U.

Le Guide sono redatte in conformità dei modelli previsti nell’Allegato 2B del presente provvedimento; esse possono essere integrate, anche attraverso iniziative di autoregolamentazione, con ulteriori informazioni, a condizione che queste ultime non siano disomogenee rispetto a quelle contenute nelle Guide.

3. Fogli informativi

Gli intermediari mettono a disposizione dei clienti "fogli informativi" contenenti informazioni sull’intermediario, sulle condizioni e sulle principali caratteristiche dell’operazione o del servizio offerto. È assicurata piena coerenza tra le informazioni riportate nei fogli informativi e i contenuti del contratto.

I fogli informativi sono datati e tempestivamente aggiornati. Salvo l’utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza (cfr. sezione V), essi sono asportabili e messi a disposizione dei clienti nei locali aperti al pubblico; a tal fine, gli intermediari possono avvalersi di apparecchiature tecnologiche.

I fogli informativi contengono almeno:

- informazioni sull’intermediario (denominazione; iscrizione in albi e/o registri; indirizzo della sede legale; numero di telefono e fax; ove esistenti, sito internet e/o indirizzo di posta elettronica);

-
- le caratteristiche e i rischi tipici dell'operazione o del servizio;
 - un elenco completo delle condizioni economiche offerte (che comprendono ogni onere economico, comunque denominato, a carico del cliente, incluse le spese connesse con le comunicazioni periodiche, di scritturazione contabile, di istruttoria, le penali, l'indicatore sintetico di costo se richiesto, ecc.) ⁽¹⁾ ⁽²⁾;
 - le clausole contrattuali che riguardano il diritto di recesso ⁽³⁾ e quelle relative ai mezzi di tutela stragiudiziale di cui la clientela può avvalersi.

Gli intermediari possono redigere un unico foglio informativo per pubblicizzare, in relazione a un determinato prodotto, le condizioni relative alle diverse linee del servizio offerte (ad esempio, conti correnti aventi diverse caratteristiche).

Il foglio informativo include anche le informazioni sui servizi accessori (ad esempio, bancomat accessorio rispetto a un conto corrente) ⁽⁴⁾.

I tassi di interesse sono riportati su base annuale e almeno con riferimento all'anno civile.

Qualora un'operazione comporti più voci di costo a carico del cliente, le condizioni economiche sono presentate in maniera tale che risulti facilmente comprensibile il costo complessivo.

L'intermediario conserva copia dei fogli informativi per cinque anni, anche avvalendosi di tecniche che consentono la riproduzione immutata delle informazioni memorizzate.

Per i contratti di conto corrente, vengono altresì riportati eventuali requisiti minimi per l'apertura del conto (ad esempio, il versamento iniziale di una somma di denaro, l'accredito dello stipendio, ecc.), le valute sui versamenti e sui prelievi, i termini di disponibilità delle somme accreditate sul conto e degli assegni versati, tutte le causali che danno origine a una scritturazione per la quale vengono addebitati al cliente oneri economici, specificandone l'importo.

Per le operazioni di finanziamento comunque denominate, inoltre, i fogli informativi riportano l'indicazione che il cliente potrà consultare lo specifico Tasso Effettivo Globale Medio (TEGM) previsto dall'articolo 2 della legge n. 108/96 (c.d. "legge antiusura") sul cartello affisso ai sensi del comma 3 del

(1) Le condizioni economiche sono indicate nella misura massima (se favorevoli all'intermediario) o minima (se favorevoli al cliente). Per ciascuna condizione può essere riportato anche un valore fisso ovvero un valore indicato sia nella misura massima che in quella minima.

(2) Tali voci sono riportate anche se relative a servizi o prodotti offerti unitamente, ancorché su base opzionale, al servizio o all'operazione cui si riferisce il foglio informativo.

(3) Per i contratti di credito fondiario diversi da quelli previsti dall'articolo 7 d.l. 31 gennaio 2007, n. 7 convertito in l. 2 aprile 2007, n. 40, il foglio informativo riporta il compenso onnicomprensivo per l'estinzione anticipata secondo quanto previsto dalla delibera del CICR del 9 febbraio 2000.

(4) Se il servizio accessorio è commercializzato anche individualmente, viene altresì predisposto un foglio informativo concernente il solo servizio accessorio.

medesimo articolo, nonché sul sito internet, qualora l'intermediario se ne avvalga secondo quanto stabilito dalla sezione V.

Se l'intermediario inserisce nelle offerte relative a contratti di apertura di credito destinati ai clienti al dettaglio clausole particolarmente e intrinsecamente complesse, quali la commissione di massimo scoperto o altre simili, le relative condizioni sono spiegate nel foglio informativo in modo da chiarire al cliente, anche attraverso esempi formulati con riferimento a ipotetici casi di utilizzo del fido secondo quanto previsto dal par. 8, l'impatto che esse possono avere sui costi del servizio ⁽¹⁾.

Per i contratti di leasing finanziario, in luogo del tasso di interesse è indicato il tasso interno di attualizzazione per il quale si verifica l'uguaglianza fra costo di acquisto del bene locato (al netto di imposte) e valore attuale dei canoni e del prezzo dell'opzione di acquisto finale (al netto di imposte) contrattualmente previsti. Per i canoni comprensivi dei corrispettivi per servizi accessori di natura non finanziaria o assicurativa, andrà considerata solo la parte di canone riferita alla restituzione del capitale investito per l'acquisto del bene e i relativi interessi.

Per quanto riguarda l'acquisto e la vendita di valuta estera, i fogli informativi possono rinviare, per il tasso di cambio praticato, a un apposito cartello esposto nei locali aperti al pubblico, in forma di tabella (cartacea, elettronica, a caratteri mobili). Il cartello riporta, altresì, i differenziali (in forma fissa o percentuale) rispetto a un tasso di cambio di riferimento ufficiale e un avvertimento al cliente circa la necessità di consultare i fogli informativi per conoscere tutte le altre condizioni economiche dell'operazione. Su richiesta del cliente le informazioni riportate sul cartello sono rese disponibili anche su supporto cartaceo.

Nel caso di prodotti composti, gli intermediari predispongono un unico foglio informativo, relativo a tutte le componenti del prodotto offerto.

Nel caso di prodotti composti che includono componenti non disciplinate dalle presenti disposizioni (ad esempio, perché aventi natura assicurativa), il foglio informativo rinvia agli eventuali strumenti di trasparenza per esse stabiliti dalle normative di settore. In ogni caso, il foglio informativo riporta tutti i costi che il cliente deve sostenere, a qualsiasi titolo, in relazione al prodotto complesso.

Per i contratti di mutuo garantito da ipoteca per l'acquisto dell'abitazione principale ⁽²⁾, oltre ai fogli informativi, gli intermediari mettono a disposizione, mediante copia asportabile, un documento ⁽³⁾ contenente informazioni generali sulle diverse tipologie di mutui offerti, il quale:

- a) elenca tutti i prodotti della specie offerti dall'intermediario, rinviando ai fogli informativi per la pubblicizzazione delle rispettive condizioni;

(1) Su tali condizioni, cfr. anche la sezione III, paragrafo 3 (Contratti) e la sezione XI, paragrafo 2 (Requisiti organizzativi).

(2) Tra i mutui della specie si richiamano, in particolare, quelli a tasso variabile indicizzato al tasso sulle operazioni di rifinanziamento principale della Banca centrale europea, che gli intermediari sono tenuti a offrire alla clientela ai sensi del d.l. n. 185/2008 convertito, con modificazioni, con l. n. 2/2009.

(3) Se l'intermediario dispone un foglio informativo unico contenente le informazioni relative a tutte le tipologie di mutui offerti, questo documento può essere omesso.

-
- b) indica in modo chiaro le caratteristiche e i rischi tipici dei mutui, secondo modalità che agevolano alla clientela la comprensione delle principali differenze tra i diversi prodotti offerti. Il documento riporta altresì, per ciascuno dei mutui in questione, almeno: i) il tasso di interesse ⁽¹⁾; ii) la durata minima e massima del mutuo; iii) le modalità di ammortamento; iv) la periodicità delle rate; v) il TAEG ⁽²⁾.

I fogli informativi relativi ai contratti di conto corrente (e ai contratti più comunemente commercializzati unitamente a esso) e mutuo ipotecario per i consumatori sono redatti in conformità dei modelli previsti nell'Allegato 3 del presente provvedimento. La Banca d'Italia si riserva di standardizzare il contenuto dei fogli informativi relativi ad altri servizi.

4. Offerta fuori sede

Nel caso di offerta fuori sede, anche se realizzata attraverso soggetti terzi, i fogli informativi riportano, oltre alle informazioni sull'intermediario committente, i dati e la qualifica ⁽³⁾ del soggetto che entra in rapporto con il cliente (ad esempio, dipendente, promotore finanziario, agente in attività finanziaria, mediatore creditizio) ed eventuali costi ed oneri aggiuntivi – ivi compresi gli oneri di mediazione – derivanti da tali modalità di offerta.

Il soggetto che procede all'offerta deve consegnare al cliente, in tempo utile prima che il contratto sia concluso ovvero che il cliente sia vincolato da un'offerta, il documento generale denominato "Principali diritti del cliente" ovvero la Guida relativa allo specifico contratto offerto, nonché il foglio informativo. L'intermediario committente acquisisce un'attestazione del cliente circa l'avvenuta consegna e la conserva agli atti. Tale previsione non si applica se il soggetto incaricato dell'offerta è un intermediario, fermo restando quanto stabilito nel paragrafo 3 ⁽⁴⁾.

L'intermediario committente fornisce al soggetto che effettua l'offerta fuori sede (anche se si tratta di un altro intermediario) i dati e la documentazione necessari per l'assolvimento degli obblighi di pubblicità, in conformità delle previsioni della presente sezione.

L'intermediario committente verifica che il soggetto incaricato dell'offerta rispetti gli obblighi di trasparenza previsti dalla presente sezione. In particolare, se

(1) In caso di previsione di un tasso variabile, sono indicati lo spread, il parametro di riferimento e l'ammontare del tasso al momento della pubblicità. I valori possono essere anche riportati nel loro ammontare massimo.

(2) In caso di tasso variabile, il documento specifica che il tasso di interesse e il TAEG sono riportati in via meramente esemplificativa, assumendo un valore del tasso immutato rispetto a quello iniziale per tutta la durata del contratto.

(3) Per i soggetti iscritti in albi o elenchi, sono riportati anche gli estremi dell'iscrizione.

(4) L'esenzione dall'obbligo della consegna al cliente del foglio informativo vale solo per i casi in cui l'offerta avvenga presso le dipendenze del soggetto incaricato.

il foglio informativo e i documenti previsti dal paragrafo 2 sono redatti dal soggetto incaricato dell'offerta, l'intermediario committente ne accerta la conformità alle disposizioni vigenti e l'idoneità a conseguire pienamente le finalità della disciplina in materia di trasparenza.

L'intermediario che offre i prodotti e i servizi di un altro intermediario, prima di procedere all'offerta, controlla se le informazioni ricevute sono complete e idonee a conseguire pienamente le finalità della disciplina in materia di trasparenza.

Rimane fermo quanto previsto dagli articoli 45 e seguenti del Codice del Consumo, ove ne ricorrano i presupposti.

5. Annunci pubblicitari

Gli annunci pubblicitari devono essere chiaramente riconoscibili come tali. In particolare, essi specificano:

- la propria natura di messaggio pubblicitario con finalità promozionale;
- la necessità di fare riferimento, per le condizioni contrattuali, ai fogli informativi, indicando le modalità con cui questi ultimi sono messi a disposizione dei clienti.

Gli annunci pubblicitari relativi a operazioni di finanziamento, nei quali l'intermediario dichiara il tasso di interesse o altre cifre concernenti il costo del credito, indicano — ove previsto — il TAEG, specificandone il periodo minimo di validità ⁽¹⁾.

Rimane fermo quanto previsto dal d.lgs. n. 70/2003, dal d.lgs. n. 196/2003 (c.d. Codice della Privacy) e dal Codice del Consumo.

6. Consegna di copia del contratto

Prima della conclusione del contratto, su richiesta del cliente l'intermediario consegna una copia completa del testo contrattuale idonea per la stipula ovvero del solo documento di sintesi.

La consegna non impegna le parti alla stipula del contratto.

Il diritto del cliente di ottenere copia del testo contrattuale ovvero del solo documento di sintesi non può essere sottoposto a termini o condizioni.

In caso di modifica delle condizioni contrattuali indicate nella copia consegnata al cliente, l'intermediario, prima della conclusione del contratto, ne informa il cliente stesso e, su richiesta di quest'ultimo, consegna una copia completa del nuovo testo contrattuale idonea per la stipula ovvero una nuova copia del documento di sintesi.

In caso di offerta fuori sede attraverso soggetti terzi, questi ultimi sono sottoposti agli obblighi previsti dal presente paragrafo.

(1) Il periodo di validità indica il periodo nel quale l'intermediario pratica le condizioni pubblicizzate.

7. Documento di sintesi

Ai contratti è unito un "documento di sintesi", che riporta in maniera personalizzata, secondo quanto previsto dal contratto, le condizioni pubblicizzate nel foglio informativo relativo allo specifico tipo di operazione o servizio.

Il documento di sintesi costituisce il frontespizio del contratto, del quale è parte integrante solo in presenza di un accordo delle parti in tal senso.

Se l'offerta di un'operazione o di un servizio non è in alcun modo personalizzabile, il foglio informativo e il documento di sintesi possono coincidere. In questo caso il frontespizio del contratto è costituito dal foglio informativo.

8. Indicatore sintetico di costo

Il foglio informativo e il documento di sintesi dei contratti offerti alla clientela al dettaglio riportano un "Indicatore Sintetico di Costo" (ISC), quando riguardano le seguenti categorie di operazioni indicate nell'allegato alla delibera del CICR del 4 marzo 2003 ⁽¹⁾:

- mutui;
- anticipazioni bancarie;
- altri finanziamenti ⁽²⁾;
- conti correnti destinati ai consumatori;
- aperture di credito offerte a clienti al dettaglio.

Per i mutui, le anticipazioni bancarie e i contratti riconducibili alla categoria "altri finanziamenti", l'ISC è denominato "Tasso Annuo Effettivo Globale" (TAEG) ed è calcolato come il TAEG previsto dalla disciplina in materia di credito al consumo. Oltre all'indicazione dell'ISC gli intermediari possono riportare, in termini percentuali, l'ammontare del medesimo che viene da loro percepito, al netto degli oneri relativi a servizi prestati da terzi quali, ad esempio, le polizze di assicurazione e le commissioni di mediazione spettanti ai soggetti che si interpongono nella concessione del credito.

Per i contratti di conto corrente, l'ISC è calcolato secondo le modalità previste dall'Allegato 4.

Per le aperture di credito in conto corrente offerte a clienti al dettaglio l'ISC è calcolato secondo le modalità previste dall'Allegato 5.

(1) Il novero delle operazioni e dei servizi soggetti all'obbligo di rendere noto l'ISC è suscettibile di variazione per tenere conto dell'evoluzione della prassi operativa.

(2) Nella categoria "altri finanziamenti" rientrano, ad esempio, i prestiti personali e i prestiti finalizzati.

SEZIONE III

CONTRATTI

1. Premessa

La presente sezione contiene disposizioni in materia di forma e contenuto minimo dei contratti e di conclusione degli stessi mediante tecniche di comunicazione a distanza.

Le questioni relative all'interpretazione e alla validità dei contratti o di singole clausole sono rimesse ai rapporti tra banca e cliente e, in ultima analisi, alle valutazioni dell'autorità giudiziaria.

2. Forma dei contratti

I contratti sono redatti in forma scritta.

Il documento informatico soddisfa i requisiti della forma scritta nei casi previsti dalla legge ⁽¹⁾.

La forma scritta non è obbligatoria per:

- a) le operazioni e i servizi effettuati in esecuzione di contratti redatti per iscritto ⁽²⁾;
- b) le operazioni e i servizi prestati in via occasionale — quali, ad esempio, acquisto e vendita di valuta estera contante, emissione di assegni circolari — purché il valore complessivo della transazione non ecceda 5.000 euro e a condizione che l'intermediario:
 - 1) mantenga evidenza dell'operazione compiuta;
 - 2) consegni o invii tempestivamente al cliente conferma dell'operazione in forma scritta o su altro supporto durevole, indicando il prezzo praticato, le commissioni e le spese addebitate ⁽³⁾;
- c) l'emissione di moneta elettronica attraverso carte “usa e getta”.

Nel caso di inosservanza della forma prescritta il contratto è nullo; la nullità può essere fatta valere solo dal cliente.

(1) In particolare, ai sensi dei commi 1-*bis* e 2 dell'articolo 20 del d.lgs. 7 marzo 2005, n. 82, l'idoneità del documento informatico a soddisfare il requisito della forma scritta è liberamente valutabile in giudizio, tenuto conto delle sue caratteristiche oggettive di qualità, sicurezza, integrità ed immodificabilità. Il documento informatico sottoscritto con firma elettronica qualificata o con firma digitale, formato nel rispetto delle regole tecniche stabilite ai sensi dell'articolo 71 del medesimo d.lgs., che garantiscano l'identificabilità dell'autore, l'integrità e l'immodificabilità del documento, soddisfa comunque il requisito della forma scritta.

(2) L'esenzione dalla forma scritta si ha, ad esempio, per le operazioni regolate in conto corrente. Restano comunque soggette all'obbligo di forma scritta le integrazioni di un contratto precedentemente concluso.

(3) Restano fermi gli obblighi di pubblicità e l'applicazione dell'articolo 117, commi 6 e 7, del T.U.

Un esemplare del contratto, comprensivo delle condizioni generali, è consegnato al cliente. La consegna è attestata mediante apposita sottoscrizione del cliente sull'esemplare del contratto conservato dall'intermediario.

Nel caso di conclusione del contratto per via telematica, si applicano le disposizioni del d.lgs. n. 70/2003.

3. Contenuto dei contratti

I contratti indicano il tasso d'interesse e ogni altro prezzo e condizione praticati, inclusi, per i contratti di credito, gli eventuali oneri di mora. Sono indicate, oltre alle commissioni spettanti all'intermediario, le voci di spesa a carico del cliente, ivi comprese le spese relative alle comunicazioni di cui alla sezione IV del presente provvedimento (Comunicazioni alla clientela). Il contratto riporta tutte le condizioni applicate, incluse le condizioni generali di contratto.

Sono nulle e si considerano non apposte le clausole contrattuali di rinvio agli usi per la determinazione dei tassi di interesse e di ogni altro prezzo e condizione praticati, nonché quelle che prevedono tassi, prezzi e condizioni sfavorevoli per i clienti rispetto a quelli pubblicizzati nei fogli informativi e nei documenti di sintesi ⁽¹⁾. La nullità può essere fatta valere solo dal cliente.

Nel caso in cui il contratto contenga clausole di indicizzazione, viene riportato il valore del parametro al momento della conclusione del contratto.

La possibilità di variare in senso sfavorevole al cliente il tasso d'interesse e ogni altro prezzo e condizione deve essere espressamente indicata nel contratto con clausola approvata specificamente dal cliente (art. 117, comma 5, del T.U.).

Nei contratti di durata, può essere convenuta la facoltà di modificare unilateralmente i tassi, i prezzi e le altre condizioni di contratto qualora sussista un giustificato motivo nel rispetto di quanto previsto dall'articolo 1341, secondo comma, del codice civile (art. 118, comma 1, del T.U.). Se alcuni degli elementi che concorrono a determinare il costo complessivo dell'operazione dipendono dalla quotazione di titoli o dall'andamento di valute ad una data futura ovvero non siano comunque individuati al momento della redazione del contratto, il contratto stesso deve indicare in ogni caso gli elementi per determinare le suddette componenti di costo. Se il contratto è stipulato in forma diversa da quella scritta, secondo quanto previsto dal paragrafo 2 della presente sezione, gli elementi di calcolo devono essere indicati, oltre che nei fogli informativi, anche nella comunicazione di conferma dell'operazione, ove prevista.

Nei rapporti con i clienti al dettaglio è opportuno che gli intermediari evitino l'utilizzo di clausole contrattuali particolarmente e intrinsecamente complesse,

(1) Nella suddetta ipotesi e nel caso in cui il contratto non indichi il tasso di interesse ovvero ogni altro prezzo e condizione praticati (inclusi, per i contratti di credito, gli eventuali maggiori oneri in caso di mora), si applicano: a) il tasso nominale minimo e quello massimo dei buoni ordinari del tesoro annuali o di altri titoli similari eventualmente indicati dal Ministro dell'economia e delle finanze, emessi nei dodici mesi precedenti la conclusione del contratto, rispettivamente per le operazioni attive e per quelle passive; b) gli altri prezzi e condizioni pubblicizzati nel corso della durata del rapporto per le corrispondenti categorie di operazioni e servizi; in mancanza di pubblicità nulla è dovuto.

quali la commissione di massimo scoperto o altre similari. In caso di utilizzo si richiama l'attenzione su quanto previsto per queste clausole nella sezione II, paragrafo 3, e nella sezione XI, paragrafo 2.

Con particolare riferimento ai tassi di interesse, ai sensi della delibera CICR del 9 febbraio 2000, i contratti indicano la periodicità di capitalizzazione e, nei casi in cui sia prevista una capitalizzazione infrannuale, il valore del tasso, rapportato su base annua, tenendo conto degli effetti della capitalizzazione. Per i contratti di finanziamento, nell'indicazione del tasso rapportato su base annua non si tiene conto degli eventuali interessi di mora applicati sulle rate di rimborso non pagate alla scadenza. Le clausole relative alla capitalizzazione degli interessi non hanno effetto se non sono specificamente approvate per iscritto.

In ogni caso, nelle operazioni in conto corrente è assicurata al cliente la stessa periodicità nel conteggio degli interessi sia debitori sia creditori.

Per la decorrenza delle valute e le modalità di calcolo degli interessi sui versamenti presso una banca si applica l'articolo 120 del T.U.

I contratti relativi a operazioni di credito fondiario diverse da quelle disciplinate dall'articolo 7 del d.l. n. 7/2007 riportano, anche in allegato, uno o più esempi di applicazione della formula di calcolo del compenso onnicomprensivo da corrispondere in caso di estinzione anticipata, secondo le disposizioni dettate dal CICR con delibera del 9 febbraio 2000. I contratti prevedono, inoltre, che nessun altro onere può essere addebitato.

In materia di pagamenti transfrontalieri in euro, si richiamano le disposizioni del Regolamento (CE) n. 2560/2001 del 19 dicembre 2001.

SEZIONE IV

COMUNICAZIONI ALLA CLIENTELA

1. Premessa

La presente sezione contiene le disposizioni riguardanti le comunicazioni che gli intermediari sono tenuti a fornire durante i rapporti intrattenuti con i clienti.

Il responsabile per il corretto adempimento delle previsioni di questa sezione è la controparte contrattuale del cliente. Ne consegue che:

- in caso di cessione del contratto, il responsabile è il soggetto cessionario;
- in caso di cessione del credito, il responsabile continua a essere il cedente, titolare del contratto ⁽¹⁾

2. Variazioni contrattuali

Ai sensi dell'articolo 118 del T.U. l'intermediario comunica espressamente al cliente le variazioni unilaterali apportate alle clausole del contratto secondo modalità contenenti in modo evidenziato la formula: "Proposta di modifica unilaterale del contratto", con preavviso minimo di trenta giorni, in forma scritta o mediante altro supporto durevole preventivamente accettato dal cliente ⁽²⁾.

Il Ministero dello Sviluppo Economico ha chiarito che 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 ⁽³⁾.

La modifica si intende approvata se il cliente non recede dal contratto entro sessanta giorni dalla ricezione della comunicazione. Il cliente ha diritto di recedere senza spese e di ottenere l'applicazione, in sede di liquidazione del rapporto, delle condizioni precedentemente praticate.

Le variazioni contrattuali per le quali non siano state osservate le suddette prescrizioni sono inefficaci, se sfavorevoli per il cliente (art. 118, comma 3, del T.U.).

(1) In caso di operazioni di cartolarizzazione di crediti disciplinate dalla legge 30 aprile 1999, n. 130, il responsabile è il soggetto di cui all'articolo 2, comma 3, lettera c (incaricato della riscossione dei crediti ceduti e dei servizi di cassa e di pagamento, c.d. *servicer*) se è così previsto nel contratto tra il cedente (c.d. *originator*) e il *servicer*. In caso contrario, la responsabilità resta in capo all'*originator*.

(2) Non rilevano ai fini dell'articolo 118 del T.U. le modifiche conseguenti a variazioni di specifici parametri prescelti dalle parti e la cui determinazione è sottratta alla volontà delle medesime.

(3) Cfr. la nota del 21 febbraio 2007, con la quale il Ministero dello Sviluppo Economico ha fornito chiarimenti sull'applicazione dell'articolo 118 del T.U. (consultabile in http://www.sviluppoeconomico.gov.it/pdf_upload/documenti/php9gUU4d.pdf).

3. Comunicazioni periodiche alla clientela

3.1 Disposizioni di carattere generale

Nei contratti di durata gli intermediari forniscono ai clienti, alla scadenza del contratto e, comunque, almeno una volta all'anno, una comunicazione analitica che dia una completa e chiara informazione sullo svolgimento del rapporto e un quadro aggiornato delle condizioni economiche applicate ⁽¹⁾.

In mancanza di opposizione scritta da parte del cliente, le comunicazioni si intendono approvate trascorsi sessanta giorni dal ricevimento.

La comunicazione periodica è effettuata mediante invio o consegna di un rendiconto e del documento di sintesi delle principali condizioni economiche. Le parti possono convenire una diversa periodicità per l'invio o la consegna del rendiconto e del documento di sintesi ⁽²⁾.

Il rendiconto (estratto conto per i rapporti regolati in conto corrente) indica, anche mediante voci sintetiche di costo, tutte le movimentazioni, le somme a qualsiasi titolo addebitate o accreditate, il saldo debitore o creditore e ogni altra informazione rilevante per la comprensione dell'andamento del rapporto.

Il documento di sintesi, datato e progressivamente numerato, aggiorna quello unito al contratto (cfr. sez. II, par. 7) e riporta le condizioni economiche in vigore, anche se non sono variate rispetto alla comunicazione precedente. In caso di variazione, le condizioni oggetto di modifica sono riportate con una specifica evidenza grafica (ad esempio, attraverso l'uso di un colore diverso). Il documento di sintesi inviato con il rendiconto relativo al periodo che si conclude il 31 dicembre riporta inoltre il numero complessivo delle variazioni intervenute nel corso dell'anno.

Le parti possono convenire che le comunicazioni periodiche siano omesse nei casi di rapporti che non registrano movimenti da oltre un anno e presentano un saldo creditore non superiore a euro 2.500.

Il contratto stabilisce le modalità di invio delle comunicazioni periodiche alla clientela e indica i costi connessi alle diverse tecniche utilizzate ⁽³⁾. Le modalità a disposizione della clientela includono sempre la forma cartacea e quella elettronica; esse consistono, in ogni caso, in supporti durevoli.

(1) In relazione alle garanzie prestate e a quelle ricevute dall'intermediario, le comunicazioni periodiche contengono le informazioni rilevanti per lo svolgimento del rapporto di garanzia (ad esempio, l'ammontare dell'esposizione del debitore principale).

(2) Salvo quanto previsto dal paragrafo 3.2 per i conti correnti di clienti al dettaglio, se le parti hanno concordato l'invio o la consegna, su base inferiore all'anno, di documentazione idonea a soddisfare le esigenze informative proprie sia del rendiconto (estratto conto per i rapporti regolati in conto corrente) sia del documento di sintesi, non è necessario l'invio o la consegna di una comunicazione relativa all'intero anno.

(3) I costi addebitati alla clientela quale corrispettivo delle comunicazioni periodiche non sono superiori alle spese amministrative sostenute per il loro invio.

Se il contratto prevede l'impiego dello strumento informatico, i termini per l'esercizio del diritto di recesso o per la contestazione dell'estratto conto decorrono dalla ricezione della comunicazione ⁽¹⁾.

In ogni momento del rapporto il cliente ha il diritto di cambiare la tecnica di comunicazione utilizzata, salvo che ciò sia incompatibile con la natura dell'operazione o del servizio.

Le comunicazioni periodiche informano altresì il cliente dell'esistenza di procedure - richieste dalla legge o introdotte in via di autoregolamentazione - che favoriscono la "portabilità" dei rapporti presso altro intermediario e fanno rinvio alle Guide previste dalla sez. II, par. 2, ove previste per lo specifico rapporto cui la comunicazione si riferisce.

3.2 Comunicazioni periodiche inerenti a particolari tipologie di rapporti

Per i rapporti regolati in conto corrente, l'estratto conto e il documento di sintesi sono inviati al cliente con periodicità annuale o, a sua scelta, con periodicità semestrale, trimestrale o mensile. Negli estratti conto sono indicate le modalità di calcolo degli interessi.

Se il titolare di un conto corrente è un cliente al dettaglio, l'estratto conto relativo al periodo che si conclude il 31 dicembre riporta il riepilogo delle spese complessivamente sostenute nell'anno solare per la tenuta del conto corrente e per i servizi di gestione della liquidità e di pagamento; con separata evidenza sono riportati i costi sostenuti in relazione a eventuali affidamenti e sconfinamenti. In particolare, il riepilogo: i) comprende l'ammontare complessivo delle spese addebitate e quello parziale relativo a ciascun servizio; ii) richiama l'attenzione del consumatore sulla possibilità di confrontare il totale delle spese sostenute con l'ISC riportato, per le operatività tipo, nel documento di sintesi.

Per i libretti di risparmio al portatore, le banche mettono a disposizione dei clienti l'estratto conto annuale e il documento di sintesi per trenta giorni a decorrere dal 1° gennaio di ciascun anno presso la succursale in cui è intrattenuto il rapporto.

Per i contratti di credito fondiario le comunicazioni periodiche includono le modalità per l'estinzione anticipata e gli eventuali oneri connessi, riportati attraverso il compenso onnicomprensivo.

Per i contratti di deposito titoli a custodia e amministrazione, le parti possono convenire che la comunicazione sia omessa quando il valore nominale dei titoli non supera 20.000 euro e non si registrano movimenti da oltre un anno. Entro il medesimo limite di 20.000 euro, le parti possono convenire di omettere le comunicazioni periodiche, anche in presenza di movimenti, quando le informazioni richieste sono già contenute nelle comunicazioni riepilogative concernenti altri rapporti di durata (ad esempio, nell'estratto conto per l'accredito degli interessi).

(1) Per ricezione si intende la possibilità per il cliente di accedere al contenuto della comunicazione.

4. Richiesta di documentazione su singole operazioni

Il cliente, colui che gli succede a qualunque titolo e colui che subentra nell'amministrazione dei suoi beni hanno diritto di ottenere, a proprie spese, entro un congruo termine e comunque non oltre novanta giorni dalla richiesta, copia della documentazione inerente a singole operazioni poste in essere negli ultimi dieci anni.

Gli intermediari indicano al cliente, al momento della richiesta, il presumibile importo delle relative spese.

SEZIONE V

TECNICHE DI COMUNICAZIONE A DISTANZA

1. Premessa

La presente sezione contiene disposizioni relative all'impiego di tecniche di comunicazione a distanza da parte degli intermediari o di altri soggetti da questi incaricati nei rapporti con la clientela. In particolare, le disposizioni riguardano:

- l'informativa precontrattuale;
- le comunicazioni non richieste;
- la stipula del contratto.

Gli obblighi previsti dalla presente sezione si aggiungono – ove non diversamente previsto – a quelli stabiliti dalle altre sezioni del presente provvedimento.

A fini di coordinamento, si richiamano altresì le disposizioni della sezione IV-*bis* del capo I del titolo III della parte III del Codice del Consumo in materia di commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori. Alle fattispecie previste dall'articolo 67-*bis* del Codice del Consumo si applicano, oltre alle disposizioni previste nel medesimo Codice del Consumo, anche quelle contenute nella presente sezione, ove non sia diversamente disposto (cfr. artt. 67-*bis*, comma 3, e 67-*decies*, comma 1, del Codice del Consumo).

2. Informativa precontrattuale e comunicazioni non richieste

2.1 *Ambito di applicazione*

Si forniscono di seguito indicazioni sul campo di applicazione della disciplina sull'informativa precontrattuale e sulle comunicazioni non richieste contenute nei paragrafi 2.2 e 2.3, con riferimento specifico ai seguenti profili:

1. quando l'offerta tramite tecniche di comunicazione a distanza di servizi bancari e finanziari configura una attività svolta in Italia ai sensi dell'articolo 115 del T.U. (par. 2.1.1);
2. quando, accertato che l'attività è svolta in Italia, alla commercializzazione di servizi bancari e finanziari attraverso tecniche di comunicazione a distanza nei confronti dei consumatori si applica la disciplina italiana (par. 2.1.2);
3. quando, accertato che l'attività è svolta in Italia, alla commercializzazione di servizi bancari e finanziari attraverso tecniche di comunicazione a distanza nei confronti di soggetti diversi dai consumatori si applica la disciplina italiana (par. 2.1.3).

2.1.1 Attività svolta in Italia

Fermo restando quanto previsto ai sensi degli articoli 13 e seguenti del T.U. in materia di operatività in Italia di intermediari esteri, ai fini delle presenti disposizioni l'offerta tramite internet di servizi bancari e finanziari configura una attività svolta in Italia ai sensi dell'articolo 115 del T.U. quando ricorre una delle seguenti condizioni:

- a) l'intermediario esercita effettivamente la propria attività sul territorio italiano, anche se la tecnologia di supporto del sito o il luogo dal quale il sito stesso è accessibile si trova in altro Stato;
- b) l'offerta è rivolta a soggetti residenti o aventi sede in Italia, anche se l'intermediario esercita concretamente la propria attività in tutto o in parte al di fuori del territorio italiano.
Per verificare se l'offerta è rivolta a soggetti residenti o aventi sede in Italia, la Banca d'Italia prende in considerazione i seguenti criteri:

- il contenuto dell'offerta ovvero le circostanze ad essa connesse fanno presumere che l'attività abbia come destinatari anche non esclusivi soggetti residenti o aventi sede in Italia;
- quando ricorra una delle seguenti circostanze: utilizzo della lingua italiana; riferimenti all'andamento di indicatori economici e finanziari o ad altre situazioni relative all'Italia; operatività in Italia degli intermediari attraverso i quali è possibile dare seguito all'offerta; diffusione di informazioni pubblicitarie in Italia; reperibilità del sito tramite motori di ricerca italiani o specializzati sull'Italia o che comunque consentano di effettuare ricerche mirate su siti che rivestano interesse per i residenti o aventi sede in Italia;
- l'intermediario accetta ordini da parte di soggetti residenti o aventi sede in Italia o presta servizi nei confronti di tali soggetti o invia ai medesimi informazioni mediante posta elettronica o altro mezzo di comunicazione.

L'offerta non si considera rivolta a soggetti residenti o aventi sede in Italia alla stregua di uno o più dei seguenti criteri:

- nel sito è posto in evidenza che l'offerta è diretta soltanto a soggetti residenti o aventi sede in Stati diversi dall'Italia;
- l'intermediario utilizza procedure informatiche idonee a rifiutare ogni adesione o richiesta proveniente da controparti residenti o aventi sede in Italia;
- l'intermediario rifiuta effettivamente ogni adesione o richiesta proveniente da soggetti residenti o aventi sede in Italia.

L'offerta di servizi bancari e finanziari mediante posta, posta elettronica, telefonia vocale o altre tecniche di comunicazione a distanza che consentono comunicazioni individuali configura un'attività svolta in Italia quando i destinatari sono residenti o hanno sede in Italia.

2.1.2 Rapporti tra intermediari e consumatori

Per l'attività svolta in Italia (in base alle previsioni di cui al precedente *sub*-paragrafo n. 2.1.1), l'informativa precontrattuale in relazione all'offerta a consumatori di servizi e operazioni bancari e finanziari attraverso tecniche di comunicazione a distanza è disciplinata dal paragrafo 2.2 della presente sezione nei seguenti casi:

- 1) quando la commercializzazione dell'operazione o del servizio rientrano nel campo di applicazione della sezione IV-*bis* del capo I del titolo III della parte III del Codice del Consumo.

Nell'esercizio delle proprie funzioni la Banca d'Italia considera che, ai sensi dell'articolo 67-*quater*, commi 3 e 4, del Codice del Consumo, tale condizione si verifichi nei seguenti casi:

- quando l'intermediario ha sede in Italia o in altro Stato dell'Unione europea, se alternativamente:
 - i) nell'offerta è prevista l'applicazione della legge italiana al contratto, se concluso, ovvero
 - ii) ricorre uno dei casi in cui il consumatore residente in Italia non può essere privato, attraverso la scelta della legge applicabile al contratto, della protezione garantita dalle disposizioni imperative della legge italiana, ai sensi delle vigenti disposizioni di diritto internazionale privato ⁽¹⁾;
 - quando l'intermediario ha sede in uno Stato non appartenente all'Unione europea.
- 2) quando, nei casi diversi da quelli *sub* 1) (ad esempio, quando non tutte le fasi della commercializzazione avvengono attraverso tecniche di comunicazione a distanza), la commercializzazione dell'operazione o del servizio rientrano comunque nell'ambito di applicazione dell'articolo 115 TUB, il quale prevede che si applica la disciplina prevista ai sensi del titolo VI del T.U.

2.1.3 Rapporti tra intermediari e soggetti diversi dai consumatori

Il campo di applicazione della normativa italiana sull'informativa precontrattuale (e, quindi, del paragrafo 2.2 della presente sezione) relativa all'offerta di servizi e operazioni bancari e finanziari attraverso tecniche di comunicazione a distanza a soggetti diversi dai consumatori è disciplinato:

- 1) dall'articolo 115 del T.U. e dall'articolo 3, comma 1, del d.lgs. n. 70/2003 quando:

(1) Ai sensi dell'articolo 5 della Convenzione di Roma del 19 giugno 1980, ciò avviene se: i) la conclusione del contratto è stata preceduta in Italia da una proposta specifica o da una pubblicità e il consumatore ha compiuto nel territorio italiano gli atti necessari per la conclusione del contratto; ii) l'altra parte ha ricevuto l'ordine del consumatore in Italia.

-
- i) l'intermediario ha sede in Italia o in uno Stato non appartenente all'Unione europea;
 - ii) l'offerta avviene attraverso tecniche di comunicazione a distanza diverse da quella elettronica, se l'intermediario ha sede in uno Stato estero appartenente all'Unione europea.

In tali casi si applica la disciplina prevista ai sensi del titolo VI del T.U. e, quindi, il paragrafo 2.2 della presente sezione.

- 2) dall'articolo 3, comma 2, del d.lgs. n. 70/2003 quando l'intermediario ha sede in uno Stato estero appartenente all'Unione europea e l'offerta avviene attraverso forme elettroniche (ad esempio internet, e-mail). In tali casi non si applica la disciplina italiana sull'informativa precontrattuale (e, quindi, il par. 2.2 della presente sezione) se l'intermediario rispetta la corrispondente normativa dello Stato membro nel quale è svolta l'attività.

2.2 *Informativa precontrattuale*

Gli intermediari e gli altri soggetti incaricati dell'offerta di servizi bancari e finanziari che hanno un sito internet, pubblicano sul sito il documento generale denominato "Principali diritti del cliente" (Allegato 2A), la Guida relativa agli specifici contratti offerti (Allegato 2B) e i fogli informativi relativi ai servizi offerti ⁽¹⁾.

Gli intermediari e gli altri soggetti incaricati dell'offerta di servizi bancari e finanziari che si avvalgono di altre tecniche di comunicazione a distanza per rendere note le caratteristiche dei prodotti offerti mettono a disposizione il documento generale denominato "Principali diritti del cliente" (Allegato 2A), la Guida relativa agli specifici contratti offerti (Allegato 2B) e i fogli informativi mediante la medesima tecnica impiegata per la conclusione del contratto, su supporto cartaceo o su altro supporto durevole, disponibile e accessibile per il cliente in tempo utile prima che il medesimo sia vincolato dal contratto o dall'offerta.

I fogli informativi e i documenti di sintesi sono redatti secondo quanto previsto nei paragrafi 3 e 7 della sezione II e sono integrati con l'indicazione dei costi e degli oneri specifici connessi con il mezzo di comunicazione utilizzato, dei recapiti che permettono di contattare rapidamente l'intermediario e di comunicare efficacemente con lo stesso, nonché, se ne ricorrono le condizioni, con le altre informazioni previste dagli articoli da 67-*quater* a 67-*octies* del Codice del Consumo ⁽²⁾.

(1) I fogli informativi che si trovano sul sito internet sono scaricabili anche in formato elaborabile.

(2) In particolare, gli intermediari rendono nota l'esistenza o la mancanza del diritto del consumatore di recedere dal contratto nel termine di quattordici giorni, conformemente all'articolo 67-*duodecies* del Codice del Consumo. Se tale diritto esiste, forniscono istruzioni pratiche e informazioni circa le modalità d'esercizio, le conseguenze derivanti dal mancato esercizio e l'importo che il consumatore può essere tenuto a versare per la parte del servizio eventualmente prestata prima del recesso, ai sensi dell'articolo 67-*ter decies* del Codice del Consumo.

In caso di comunicazioni ai consumatori mediante telefonia vocale, ai sensi dell'articolo 67-*novies* del Codice del Consumo, all'inizio della conversazione l'intermediario o il soggetto incaricato dell'offerta dichiara in maniera inequivocabile la propria identità e il fine commerciale della chiamata. Previo consenso del consumatore, gli devono essere fornite solo informazioni relative a:

- identità della persona in contatto telefonico e suo rapporto con l'intermediario;
- principali caratteristiche del servizio finanziario;
- costo totale del servizio ovvero base di calcolo dello stesso;
- esistenza o mancanza del diritto di recesso ai sensi degli articoli 67-*duodecies* e 67-*ter decies* del Codice del Consumo.

Al consumatore è altresì comunicato che ulteriori informazioni sono disponibili su richiesta e ne viene precisata la natura.

Quando si adoperano tecniche di comunicazione a distanza, il testo contrattuale è fornito al cliente in forma cartacea o su altro supporto durevole. Ai sensi dell'articolo 67-*undecies*, comma 3, del Codice del Consumo, in qualsiasi momento del rapporto contrattuale il consumatore ha il diritto di richiedere e ricevere le condizioni contrattuali su supporto cartaceo nonché di cambiare la tecnica di comunicazione a distanza utilizzata, a meno che ciò non sia incompatibile con il contratto concluso o con la natura del servizio finanziario prestato.

Se il contratto è concluso su richiesta del cliente mediante una tecnica di comunicazione a distanza che non consente di trasmettere il documento generale denominato "Principali diritti del cliente" ovvero la Guida relativa allo specifico contratto concluso e il foglio informativo, l'intermediario mette a disposizione del cliente tali strumenti di pubblicità subito dopo la conclusione del contratto ⁽¹⁾.

2.3 Comunicazioni non richieste

Secondo quanto previsto dall'articolo 67-*sexies decies* del Codice del Consumo, nella commercializzazione di servizi finanziari l'intermediario richiede il preventivo consenso del consumatore all'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza quali sistemi automatizzati di chiamata senza l'intervento di un operatore, telefax o strumenti che consentono una comunicazione individuale. Tali misure non possono comportare costi per il consumatore.

La Banca d'Italia, nell'esercizio delle proprie funzioni, ritiene che il consenso sia validamente prestato ai predetti fini se manifestato dal consumatore liberamente, in modo esplicito e in forma differenziata a seconda delle diverse finalità e categorie di servizi offerti ⁽²⁾. L'intermediario predispone strumenti per

(1) Tale previsione non si applica alle ipotesi di operazioni e servizi effettuati in esecuzione di previsioni contenute in contratti precedentemente stipulati.

(2) In analogia a quanto previsto dal Provvedimento del Garante per la Protezione dei dati personali del 29 maggio 2003.

l'acquisizione del consenso del consumatore, la sua agevole memorizzazione e la stampa.

In analogia a quanto previsto dall'articolo 130 del d.lgs. 30 giugno 2003, n. 196 (c.d. Codice della Privacy), l'intermediario può non richiedere il preventivo consenso se il consumatore, nella commercializzazione di un servizio analogo, ha precedentemente fornito a fini pubblicitari i propri recapiti (ad esempio indirizzo geografico, indirizzo di posta elettronica, numero di telefono o di telefax). In occasione dell'invio di ciascuna comunicazione, il consumatore è comunque informato della possibilità di opporsi in ogni momento alla ricezione di ulteriori annunci, in modo agevole e gratuito; a tal fine, è fornito un indirizzo valido cui inviare la richiesta di cessazione di tali comunicazioni.

Restano ferme le disposizioni previste dal d.lgs. n. 70/2003, dal d.lgs. n. 196/2003 (c.d. Codice della Privacy) e dal titolo III della parte II del Codice del Consumo in materia di pratiche commerciali scorrette.

3. Stipula del contratto

La stipula di contratti mediante tecniche di comunicazione a distanza è ammessa nel rispetto delle condizioni e dei requisiti previsti dal paragrafo 2 della sezione III.

Nella conclusione dei contratti mediante strumenti informatici o telematici, gli intermediari osservano, oltre alla disciplina prevista dalle presenti disposizioni, anche le norme legislative o regolamentari specificamente stabilite per l'utilizzo di tali tecniche.

Il consumatore ha diritto di richiedere, in qualsiasi momento del rapporto, copia cartacea del contratto nonché di cambiare la tecnica di comunicazione utilizzata, a meno che ciò sia incompatibile con il contratto concluso o con la natura del servizio prestato (cfr. l'art. 67-*undecies* del Codice del Consumo).

Il consumatore non è tenuto ad alcuna prestazione corrispettiva per servizi non richiesti e, in ogni caso, l'assenza di risposta non implica consenso del consumatore, secondo quanto previsto dall'articolo 67-*quinquies decies* del Codice del Consumo.

SEZIONE VI

SERVIZI DI PAGAMENTO

Fino al recepimento della direttiva 2007/64/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, relativa ai servizi di pagamento nel mercato interno, ai servizi di pagamento disciplinati dalla medesima direttiva offerti dagli intermediari si applicano le sezioni V, X, XI e, inoltre, alternativamente:

- le sezioni da I a IV;
- le rilevanti disposizioni contenute nel titolo X, capitolo I, delle Istruzioni di vigilanza per le banche, introdotto il 25 luglio 2003, nonché, per quanto concerne gli intermediari finanziari iscritti negli elenchi di cui agli articoli 106 e 107 del T.U. e gli Imel, nel provvedimento del Governatore del 25 luglio 2003.

Ai servizi di pagamento disciplinati dalla direttiva, se commercializzati unitamente al conto corrente, si applicano le sezioni da I a V, X e XI.

SEZIONE VII

CREDITO AI CONSUMATORI

Fino al recepimento della direttiva 2008/48/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, ai contratti previsti dalla medesima direttiva, anche se compresi tra quelli disciplinati ai sensi del titolo VI, capo II, del T.U., si applicano:

- le disposizioni contenute nelle sezioni da I a IV ovvero, in alternativa, le rilevanti disposizioni contenute nel titolo X, capitolo I, delle Istruzioni di vigilanza per le banche, introdotto il 25 luglio 2003, nonché, per quanto concerne gli intermediari iscritti negli elenchi di cui agli articoli 106 e 107 del T.U., nel provvedimento del Governatore del 25 luglio 2003;
- le sezioni V, X e XI, in quanto compatibili;
- limitatamente ai contratti che ricadono nel campo di applicazione del titolo VI, capo II, del T.U., il d.m. 8 luglio 1992, e successive modificazioni.

Ai contratti di credito al consumo disciplinati dal titolo VI, capo II, del T.U. che non ricadono nell'ambito di applicazione della menzionata direttiva e ai contratti di apertura di credito commercializzati unitamente a un conto corrente si applicano in ogni caso il presente provvedimento nonché il d.m. 8 luglio 1992, e successive modificazioni.

SEZIONE VIII

MEDIATORI CREDITIZI

Ai mediatori creditizi continua ad applicarsi il provvedimento UIC del 29 aprile 2005, recante “Istruzioni per i mediatori creditizi”.

SEZIONE IX

CAMBIAVALUTE

1. Premessa

Le disposizioni contenute nella presente sezione si applicano ai soggetti che esercitano professionalmente l'attività di cambiavalute, consistente nella negoziazione a pronti di mezzi di pagamento in valuta, iscritti, ai sensi dell'articolo 155, comma 5, del T.U., nell'apposita sezione dell'elenco previsto dall'articolo 106, comma 1, del T.U.

2. Strumenti di pubblicità

2.1 *Documento contenente i principali diritti del cliente*

I cambiavalute espongono nei locali aperti al pubblico e mettono a disposizione dei clienti, mediante copia asportabile, un documento denominato "Principali diritti del cliente", redatto in modo da facilitarne la consultazione e la comprensione e contenente l'indicazione dei diritti e degli strumenti di tutela previsti dal titolo VI del T.U. in relazione all'attività esercitata (ad esempio disponibilità dei fogli informativi, consegna della "distinta di negoziazione", procedure di reclamo e di composizione stragiudiziale delle controversie a disposizione del cliente e modalità per accedervi).

È opportuno che il documento sia integrato con l'indicazione di altri strumenti di tutela previsti dall'ordinamento in relazione all'attività esercitata e alle modalità di contatto con la clientela.

2.2 *Fogli informativi e cartello dei cambi*

I cambiavalute mettono a disposizione dei clienti un foglio informativo, contenente informazioni sul cambiavalute, sulle condizioni economiche e sulle principali caratteristiche delle operazioni di acquisto e vendita di valuta estera nelle sue diverse forme, ivi compreso il rilascio, il pagamento o la negoziazione di assegni turistici in divisa estera (*travellers cheques*). È assicurata piena coerenza tra le informazioni riportate nei fogli informativi e le condizioni effettivamente praticate alla clientela.

I fogli informativi sono asportabili e messi a disposizione dei clienti (anche su richiesta di questi ultimi) nei locali aperti al pubblico; a tal fine, i cambiavalute possono avvalersi di apparecchiature tecnologiche.

I fogli informativi contengono:

- informazioni sul cambiavalute (denominazione; numero di iscrizione all'albo; indirizzo della sede legale; numero di telefono e fax; ove esistenti, sito internet e/o indirizzo di posta elettronica), sulle caratteristiche e sui rischi tipici dell'operazione;

-
- un elenco completo delle diverse causali di costo (ad esempio tassi di cambio; commissioni e spese; prezzo complessivo; differenziali rispetto ai tassi di riferimento ufficiali);
 - le clausole contrattuali concernenti il diritto di recesso e l'indicazione dei mezzi di tutela stragiudiziale di cui può avvalersi la clientela.

Se un'operazione comporta più voci di costo a carico del cliente, le condizioni economiche a essa relative sono presentate in maniera tale che il costo complessivo risulti facilmente comprensibile.

Il cambiavalute conserva copia dei fogli informativi per cinque anni, anche avvalendosi di tecniche che consentono la riproduzione immutata delle informazioni memorizzate.

I fogli informativi sono datati e costantemente aggiornati e rinviano a un "cartello dei cambi" per i tassi di cambio e le condizioni economiche praticate. Su richiesta del cliente, le informazioni riportate sul cartello sono rese disponibili su supporto cartaceo.

I cartelli dei cambi, esposti nei locali aperti al pubblico, sono datati e costantemente aggiornati con le modifiche apportate ai tassi di cambio, alle condizioni economiche ed alle spese praticate. Indicano in modo distinto, anche con caratteri mobili o di tipo elettronico:

- i tassi di cambio praticati;
- le eventuali commissioni, spese o altre voci di costo comunque denominate;
- il prezzo complessivo pagato dal cliente;
- i differenziali (in forma fissa o percentuale) rispetto a un tasso di cambio di riferimento ufficiale.

Il cartello riporta anche la denominazione del cambiavalute, la data dell'ultimo aggiornamento e un avvertimento al cliente circa la necessità di consultare i fogli informativi per conoscere le altre condizioni economiche dell'operazione.

Il cartello dei cambi è collocato in modo tale da facilitare la consultazione da parte del pubblico; la veste grafica ed i caratteri utilizzati lo rendono di facile identificazione e lettura.

Copia dei cartelli è conservata per cinque anni agli atti presso la sede legale e le filiali dei cambiavalute, anche mediante procedure informatiche.

Le informazioni pubblicizzate non costituiscono offerta al pubblico a norma dell'articolo 1336 del codice civile.

Gli obblighi di pubblicità relativi alle informazioni indicate nel presente paragrafo non possono essere assolti mediante rinvio agli usi.

3. Annunci pubblicitari

Gli annunci pubblicitari devono essere chiaramente riconoscibili come tali. In particolare, essi specificano:

- la propria natura di messaggio pubblicitario con finalità promozionale;
- la necessità di fare riferimento, per le condizioni contrattuali, ai fogli informativi, indicando le modalità in cui questi ultimi sono messi a disposizione dei clienti.

Resta fermo quanto previsto dal d.lgs n. 70/2003, dal d.lgs. n. 196/2003 (c.d. Codice della Privacy) e dal Codice del Consumo.

4. Contratti

I contratti sono redatti in forma scritta quando il valore complessivo della transazione eccede 5.000 euro. In tal caso, un esemplare del contratto è consegnato al cliente.

Il documento informatico soddisfa i requisiti della forma scritta nei casi previsti dalla legge.

Nel caso di inosservanza della forma prescritta il contratto è nullo; la nullità può essere fatta valere solo dal cliente.

La forma scritta non è obbligatoria per le operazioni e i servizi effettuati in esecuzione di previsioni contenute in contratti redatti per iscritto.

In ogni caso, i cambiavalute redigono in forma scritta una “distinta di negoziazione” e un esemplare è consegnato al cliente. La distinta indica: la quantità di valuta negoziata; il tasso di cambio praticato; le commissioni, le spese e ogni altra voce di costo applicate; il prezzo complessivo pagato.

5. Richiesta di documentazione su singole operazioni

Il cliente ha diritto di ottenere, a proprie spese, entro un congruo termine e comunque non oltre novanta giorni dalla richiesta, copia della documentazione inerente a singole operazioni poste in essere negli ultimi dieci anni che superano la soglia di 5.000 euro. I cambiavalute indicano al cliente, al momento della richiesta, il presumibile importo delle relative spese.

Il cliente, colui che gli succede a qualunque titolo e colui che subentra nell'amministrazione dei suoi beni hanno diritto di ottenere, a proprie spese, entro un congruo termine e comunque non oltre novanta giorni dalla richiesta, copia della documentazione inerente a singole operazioni poste in essere negli ultimi dieci anni per le quali è previsto un obbligo di registrazione. I cambiavalute indicano al cliente, al momento della richiesta, il presumibile importo delle relative spese.

6. Offerta fuori sede e tecniche di comunicazione a distanza

Ai cambiavalute si applicano, in quanto compatibili, le disposizioni del par. 4 della sezione II, relative all'offerta fuori sede, e le disposizioni della sezione V, relative alle tecniche di comunicazione a distanza.

SEZIONE X

CONTROLLI

Ai sensi dell'articolo 128 del T.U., la Banca d'Italia, al fine di verificare il rispetto delle disposizioni in materia di trasparenza delle condizioni contrattuali, può acquisire informazioni, atti e documenti ed eseguire ispezioni presso le banche e gli intermediari finanziari iscritti negli elenchi previsti dagli articoli 106 e 107 del T.U.

I medesimi controlli sono esercitati nei confronti dei mediatori creditizi (art. 16 della l. 108/1996) e Poste Italiane S.p.A. per l'attività di bancoposta (d.P.R. n. 144/2001).

La Banca d'Italia può chiedere la collaborazione di:

- Corpo della guardia di finanza (art. 22 della l. n. 262/2005, e successive modificazioni);
- altre Autorità, per i controlli sugli intermediari iscritti nel solo elenco generale di cui all'articolo 106 del T.U. e sui cambiavalute (art. 128, co. 2).

Al fine di consentire il controllo sulle disposizioni relative all'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza, gli intermediari comunicano alla Banca d'Italia l'indirizzo dei siti internet eventualmente utilizzati ai sensi della sezione V.

Nel caso di inosservanza degli obblighi di pubblicità, sono applicate sanzioni amministrative pecuniarie ai sensi dell'articolo 144 del T.U.; in tali ipotesi, trovano applicazione le procedure previste ai sensi dell'articolo 145 del T.U., delle disposizioni di cui al titolo VIII, capitolo 1, delle Istruzioni di vigilanza per le banche, del provvedimento della Banca d'Italia del 3 settembre 2003 ⁽¹⁾ e del provvedimento della Banca d'Italia del 27 aprile 2006 ⁽²⁾.

In caso di ripetute violazioni delle disposizioni concernenti gli obblighi di pubblicità, può essere disposta, ai sensi dell'articolo 128, comma 5, del T.U., la sospensione dell'attività, anche di singole sedi secondarie, per un periodo non superiore a trenta giorni.

Ai sensi dell'art. 67-*septies decies* del Codice del Consumo, la Banca d'Italia, nell'ambito delle proprie competenze, accerta le violazioni delle disposizioni contenute nella parte III, titolo III, capo I, sezione IV-*bis* del medesimo Codice in materia di commercializzazione a distanza ai consumatori di servizi finanziari disciplinati dal presente provvedimento e irroga le relative sanzioni, applicando le procedure sopra menzionate.

La Banca d'Italia, nell'esercizio dei propri poteri, può ordinare ai soggetti vigilati la cessazione o vietare l'inizio di pratiche non conformi alle disposizioni

(1) Pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 220 del 22.9.2003 – Serie generale.

(2) Pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* n. 108 dell'11.5.2006 e n. 140 del 19.6.2006 – Serie generale.

sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori (art. 67-*novies decies* del Codice del Consumo).

Ai sensi degli articoli 14, 15 e 16 del decreto legislativo n. 70/2003, la Banca d'Italia può esigere, anche in via d'urgenza, che i fornitori di servizi della società dell'informazione ("*mere conduit*", "*caching*" e "*hosting*") impediscano o pongano fine alle violazioni commesse dagli intermediari attraverso strumenti telematici.

SEZIONE XI

REQUISITI ORGANIZZATIVI

1. Premessa

Il puntuale rispetto della disciplina sulla trasparenza delle condizioni contrattuali contenuta nel presente provvedimento, così come un efficace presidio dei rischi di natura legale e reputazionale connessi ai rapporti con la clientela, richiedono che gli intermediari pongano in essere accorgimenti di carattere organizzativo idonei ad assicurare che in ogni fase dell'attività di intermediazione sia prestata costante e specifica attenzione a tali profili.

La presente sezione disciplina le procedure e le iniziative organizzative che gli intermediari debbono porre in essere in relazione all'attività avente a oggetto le operazioni e i servizi disciplinati ai sensi del titolo VI del T.U. ⁽¹⁾; il paragrafo 2 si applica solo quando tale attività sia svolta nei confronti della clientela al dettaglio. Le disposizioni sono complementari alle discipline concernenti la funzione di conformità nonché l'organizzazione e i controlli interni ⁽²⁾.

Le disposizioni della presente sezione si applicano alle banche autorizzate in Italia, alle succursali italiane di banche comunitarie, agli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale previsto dall'articolo 107 del T.U., a Poste Italiane S.p.A. per le attività di bancoposta, agli Imel italiani e alle succursali italiane di Imel comunitari.

Restano fermi gli obblighi relativi alla gestione dei reclami in virtù della deliberazione del CICR del 29 luglio 2008, n. 275, e delle relative disposizioni di attuazione.

L'inosservanza delle disposizioni della presente sezione comporta l'applicazione delle sanzioni previste dall'articolo 144 del T.U., secondo le procedure di cui all'articolo 145 del medesimo T.U.

Le funzioni di controllo interno dei gruppi bancari italiani, delle banche autorizzate in Italia, degli intermediari iscritti nell'elenco dell'art. 107 del T.U. e degli Imel italiani considerano il rispetto delle procedure previste dalla presente sezione nell'ambito delle valutazioni sul presidio dei rischi operativi e reputazionali richieste dalla disciplina prudenziale di vigilanza.

La Banca d'Italia prende in considerazione il rispetto delle procedure previste ai sensi della presente sezione anche ai fini dei controlli sull'adeguatezza patrimoniale a fronte dei rischi legali e di reputazione.

(1) Cfr. le deliberazioni del CICR del 2 agosto 1996 e del 25 luglio 2000 in materia di organizzazione amministrativa e contabile e controlli interni, rispettivamente, delle banche e dei gruppi bancari e degli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale previsto dall'articolo 107 del T.U., le quali prevedono che la Banca d'Italia può stabilire requisiti organizzativi minimi volti a salvaguardare la correttezza e la trasparenza dei rapporti con la clientela.

(2) Cfr. Provvedimento della Banca d'Italia del 10 luglio 2007, Istruzioni di vigilanza per le banche e per gli intermediari finanziari iscritti nell'elenco speciale e, per quanto riguarda la prestazione dei servizi di investimento, T.U.F. e regolamento congiunto della Banca d'Italia e della Consob del 29 ottobre 2007.

2. Procedure interne

Gli intermediari adottano procedure interne volte ad assicurare:

- una valutazione - anche con il coinvolgimento delle funzioni di controllo e, nelle realtà più complesse, la costituzione di comitati interfunzionali - della struttura dei prodotti offerti con riferimento a:
 - i) la comprensibilità, da parte della clientela, della loro struttura, delle loro caratteristiche e dei rischi tipicamente connessi ai medesimi;
 - ii) l’inserimento, nei contratti destinati alla clientela al dettaglio, di clausole particolarmente e intrinsecamente complesse, quali la commissione di massimo scoperto. Se gli intermediari includono comunque tali clausole nei contratti, essi:
 - offrono, accanto al contratto contenente dette clausole, altri contratti, relativi al medesimo servizio, che contengono condizioni più semplici;
 - adottano specifiche procedure volte a prestare assistenza al cliente, al fine di agevolarlo nel comprendere l’effettiva portata della condizione prima della stipula del contratto o in tempo utile per l’esercizio del diritto di recesso. Le banche che inseriscono clausole aventi a oggetto la commissione di massimo scoperto o altre condizioni analoghe nei contratti di apertura di credito in conto corrente pubblicano sul sito internet un algoritmo che consente al cliente un agevole calcolo dei costi complessivi dell’utilizzo del fido secondo le proprie esigenze;
 - iii) la loro conformità a prescrizioni imperative di legge;
- la trasparenza e la correttezza nella commercializzazione dei prodotti. In tale ambito, le procedure includono almeno accorgimenti atti a far sì che:
 - i) 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;
 - ii) il cliente non sia indirizzato verso prodotti evidentemente inadeguati rispetto alle proprie esigenze finanziarie. Per i prodotti più complessi gli intermediari valutano l’introduzione di strumenti, anche informatici, che consentano di verificare la coerenza tra il profilo del cliente e i prodotti allo stesso offerti;
 - iii) gli addetti alla rete di vendita: abbiano un’adeguata e aggiornata conoscenza delle regole previste dal presente provvedimento e delle procedure adottate in base alla presente sezione; siano in grado di fornire chiarimenti sulle caratteristiche dei servizi e sui

diritti dei clienti, ove opportuno anche sulla base di documentazione informativa ulteriore rispetto a quella prevista dalle presenti disposizioni; accertino che i clienti, prima di essere vincolati da un contratto o da una proposta, abbiano avuto modo di valutare adeguatamente la documentazione informativa;

- il rispetto puntuale delle iniziative di autoregolamentazione cui hanno aderito;
- la possibilità per il cliente di ottenere in qualsiasi momento e in tempi ragionevoli il testo aggiornato del contratto, a sua scelta in formato elettronico o cartaceo, qualora siano state apportate modifiche unilaterali;
- la tempestiva restituzione delle spese indebitamente addebitate alla clientela al dettaglio;
- standard di trasparenza e correttezza adeguati anche quando, in una o più fasi della commercializzazione, intervengono soggetti terzi estranei alla loro organizzazione.

Le procedure previste dal presente paragrafo sono:

- informate a principi di proporzionalità, avendo riguardo alla complessità dei prodotti, alle tecniche di commercializzazione impiegate, alle diverse tipologie di clienti;
- adeguatamente formalizzate;
- periodicamente valutate per verificarne l'adeguatezza e l'efficacia e per rimediare alle carenze eventualmente riscontrate. A tal fine è previsto un coinvolgimento della funzione di conformità o, in sua assenza, dell'*internal audit*, che svolge gli opportuni accertamenti e riferisce agli organi aziendali con periodicità almeno annuale e, comunque, ogni qual volta siano state accertate gravi carenze ⁽¹⁾.

Gli intermediari adottano forme di remunerazione e valutazione degli addetti alla propria rete di vendita che non costituiscono un incentivo a commercializzare prodotti non adeguati rispetto alle esigenze finanziarie dei clienti.

3. Reclami

Gli intermediari adottano procedure per la trattazione dei reclami che garantiscano ai clienti risposte sollecite ed esaurienti.

Le procedure prevedono:

(1) Nelle succursali italiane di banche comunitarie è individuato un soggetto responsabile che riferisce al legale rappresentante.

-
- l'individuazione di un responsabile e/o di un ufficio, indipendenti rispetto alle funzioni aziendali preposte alla commercializzazione dei servizi e alla gestione dei rapporti con i clienti;
 - le forme di inoltro dei reclami da parte della clientela e di risposta da parte degli intermediari, che includono, in ogni caso, la posta ordinaria e la posta elettronica;
 - la gratuità per il cliente dell'interazione con il personale preposto alla gestione dei reclami, salvo le spese normalmente connesse al mezzo di comunicazione adottato (ad esempio, costo della telefonata a tariffazione non maggiorata);
 - la modalità di trattazione dei reclami;
 - i tempi massimi di risposta, comunque non superiori a 30 giorni dalla ricezione del reclamo;
 - la registrazione degli elementi essenziali di ogni reclamo pervenuto, nonché delle eventuali misure adottate per risolvere il problema sollevato;
 - forme di pubblicità, su base annuale, dell'attività di gestione dei reclami.

Le risposte contengono almeno:

- se il reclamo è ritenuto fondato, le iniziative che l'intermediario si impegna ad assumere e i tempi entro i quali le stesse verranno realizzate;
- se il reclamo è ritenuto infondato, un'illustrazione chiara ed esauriente delle motivazioni del rigetto, nonché le necessarie indicazioni circa la possibilità di adire il sistema di soluzione stragiudiziale delle controversie previsto ai sensi dell'articolo 128-*bis* del T.U. e della deliberazione del CICR del 29 luglio 2008, n. 275 ovvero altre forme di soluzione stragiudiziale delle controversie.

La funzione di conformità o, in sua assenza, dell'*internal audit*, riferisce agli organi aziendali, con periodicità almeno annuale, sulla situazione complessiva dei reclami ricevuti nonché sull'adeguatezza delle procedure e delle soluzioni organizzative adottate (1).

Gli intermediari comunicano alla Banca d'Italia (Servizio Rapporti Esterni e Affari generali – Divisione Rapporti tra intermediari e clienti) l'indirizzo della struttura deputata alla gestione dei reclami, indicando un riferimento telefonico, di fax e di posta elettronica, nonché il nominativo del responsabile.

(1) Nelle succursali italiane di banche comunitarie è individuato un soggetto responsabile che riferisce al legale rappresentante.

.....

ALLEGATO 1

GUIDA ALLA REDAZIONE DEI DOCUMENTI DI TRASPARENZA

I criteri di impaginazione e le scelte tipografiche assicurano elevati livelli di leggibilità.

- Impiegare i diversi stili del carattere (grassetto, corsivo, sottolineato, maiuscolo, maiuscoletto) per dare evidenza alle informazioni e segnalarne le priorità per il cliente. Adottare gli stili con coerenza in tutti i documenti rivolti al pubblico.
- Evidenziare parole e frasi all'interno del testo con precisione ma con parsimonia, per non disorientare il lettore con un eccesso di segnali testuali. Scegliere parole significative, che danno indicazioni chiare sul contenuto.

ESEMPIO

non

“Il cliente ha diritto ad **avere a disposizione** e portare con sé il Foglio Informativo.”

ma

“Il cliente ha diritto ad avere e portare con sé il **Foglio Informativo**.”

- Evitare le soluzioni che compromettono la leggibilità del documento, quali l'adozione del maiuscolo e del sottolineato per intere frasi e per interi blocchi di testo su più righe.

ESEMPIO

non

“IN PARTICOLARE, PER I CONTRATTI DI CREDITO AL CONSUMO,
IL
CLIENTE HA I SEGUENTI DIRITTI...”

ma

“In particolare, per i **contratti di credito al consumo**, il cliente ha i seguenti diritti...”

- Non scrivere le informazioni importanti in corpo troppo piccolo.

- Dove è opportuno, preferire alla forma discorsiva elenchi puntati e tabelle, che agevolano il confronto tra le informazioni.
- Evitare i lunghi blocchi di testo e ricorrere il più possibile alla scansione del testo in capoversi, con un doppio spazio tra l'uno e l'altro.

La struttura dei documenti presenta le informazioni in un ordine logico e di priorità che asseconda le necessità informative del cliente e facilita la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti.

- Scandire e organizzare i contenuti su più livelli di lettura: titoli, indici e sintesi iniziali, sottotitoli di sezione o di paragrafo, evidenziazione di parole e concetti chiave, glossari, legende.
- Elaborare titoli e sottotitoli precisi, che informano sul contenuto del testo che segue.

ESEMPI

non “Avviso al pubblico” *ma* “Principali diritti del cliente”

non “Premessa” *ma* “Che cos'è un contro corrente?”

non “Comunicazioni” *ma* “Come comunicare con la banca”

- La struttura dei documenti segue un ordine dal generale al particolare e le informazioni che riguardano lo stesso tema/contenuto sono presentate insieme.

Semplicità sintattica e chiarezza lessicale sono calibrate sul livello di alfabetizzazione finanziaria delle differenti fasce di clientela, anche in relazione al prodotto proposto.

- Scrivere frasi semplici e brevi, con una sola informazione principale, pochi incisi e subordinate.

ESEMPIO

non

“Il Cliente, seguendo le procedure di reclamo e di composizione stragiudiziale delle controversie quali indicate nel documento "Principali diritti del cliente", può avanzare reclamo al competente ufficio della Banca XXX e, ove sia rimasto insoddisfatto dalla risposta avuta, può, qualora la controversia non superi un valore di Euro 100.000,00, presentare ricorso a..., Via ... 00100 Roma.”

ma

“Il Cliente può presentare un reclamo all’Ufficio Reclami della Banca XXX. Se non è soddisfatto della risposta e se la controversia non supera un valore di Euro 100.000,00, può presentare ricorso a ... (Via ..., 00100 Roma). Maggiori indicazioni sono nel documento “Principali diritti del cliente”, affisso in tutte le filiali e scaricabile dal sito internet della banca.”

- Preferire la forma attiva a quella passiva.

ESEMPIO

non

“L’invio degli estratti conto, ad ogni chiusura periodica prevista contrattualmente, sarà effettuato dalla banca entro il termine di giorni 30 dalla data di chiusura.”

ma

“La banca invia gli estratti conto entro 30 giorni da ogni data di chiusura prevista dal contratto.”

- Esprimere il soggetto.

ESEMPIO

non

“In mancanza di opposizione scritta, gli estratti conto si intendono approvati trascorsi 60 dal ricevimento.”

ma

“Se il cliente non presenta una contestazione scritta, gli estratti conto si intendono approvati dopo 60 giorni dal ricevimento.”

- Preferire il modo indicativo rispetto al congiuntivo.

ESEMPI

non

“Qualora la banca si avvalga della compensazione di legge, essa non è tenuta a...”

ma

“Se si avvale della compensazione di legge, la banca non è tenuta a...”.

non

“Il costo del prodotto potrà risultare più elevato del canone, qualora il numero di operazioni sia superiore a quello convenuto o qualora si eseguano operazioni per le quali è prevista una specifica commissione.”

ma

“Il costo del prodotto potrà risultare più elevato del canone, se il numero di operazioni è superiore a quello convenuto o se si eseguono operazioni che prevedono una specifica commissione.”

- Riportare i riferimenti normativi alla fine della frase, tra parentesi.

ESEMPIO

non

“Il cliente ha facoltà di revocare, ai sensi dell'art. 1373 cod. civ., l'incarico conferito alla banca finché l'incarico stesso non abbia avuto un principio di esecuzione.”

ma

“Il cliente può revocare l'incarico conferito alla banca finché l'incarico stesso non abbia avuto un principio di esecuzione (art. 1373 cod. civ).”

- Dove è possibile, preferire parole ed espressioni d'uso comune.

ESEMPI

“Firmare” *invece* di “sottoscrivere”.

“Portare con sé” *invece* di “asportare”.

“Questo documento” *invece* di “il presente documento”.

“Potere” *invece* di “avere la facoltà di”.

“In anticipo” o “prima della scadenza” *invece* di “in via anticipata”.

- Dove possibile, preferire preposizioni, congiunzioni, espressioni brevi e semplici formate da una o due parole.

ESEMPI

non “finalizzato a”, “volto a”, “mirato a”, “con l’obiettivo di” *ma* “per”

non “fatta eccezione per” *ma* “tranne”

non “nel caso in cui”, “semprech ”, “a condizione che” *ma* “se”

- Preferire il verbo al sostantivo che ne deriva.

ESEMPI

non “Prima della sottoscrizione” *ma* “prima di sottoscrivere/firmare”

non “Per l’attivazione del conto   necessario...” *ma* “Per attivare il conto   necessario...”

- Preferire i verbi semplici alle locuzioni verbali.

ESEMPI

“firmare” *invece* di “apporre la firma”

“pagare” *invece* di “provvedere al pagamento”

- Evitare il gerundio, soprattutto all’inizio di una frase.

ESEMPIO

non

Essendo il finanziamento a tasso fisso, esiste un generico rischio di tasso di interesse, derivante dall’impossibilit  di beneficiare delle eventuali fluttuazioni dei tassi al ribasso.

ma

Poich  il finanziamento   a tasso fisso e non si pu  beneficiare delle eventuali fluttuazioni dei tassi al ribasso, esiste un generico rischio di tasso di interesse.

- Evitare di usare parole come *detto*, *predetto*, *suddetto*, *tale*, *esso*, *quello*, per riprendere o richiamare elementi precedenti. Spesso   preferibile ripetere la

stessa parola.

- Spiegare i termini tecnici più importanti e ricorrenti, con un linguaggio preciso ma semplice, in un glossario o in una legenda. Sciogliere le sigle e le abbreviazioni non immediate, almeno la prima volta che appaiono nel documento.

Sintonia tra presentazione delle informazioni e canale comunicativo, che tenga conto di criticità e vantaggi dei diversi canali.

- Nelle comunicazioni e negli avvisi affissi alle pareti:
 - i titoli devono essere precisi e fare chiaro riferimento al tema della comunicazione
 - il corpo dei caratteri deve essere di grandezza tale che il testo si legga agevolmente anche a una distanza di 20-30 cm.
- Nei siti web:
 - costruire i testi in modo che le informazioni più importanti siano sempre nella prima parte della schermata
 - per non appesantire di testo le singole pagine, scaglionare le informazioni su uno stesso tema, servizio o prodotto anche su due o tre pagine, ma orientando l'utente attraverso un menu di navigazione chiaro, immediatamente visibile
 - aggregare informazioni e pagine su uno stesso tema, servizio o prodotto attraverso i link, per dare all'utente una facile e completa visione di insieme
 - prevedere all'interno delle pagine anche colonnine laterali di servizio con approfondimenti, spiegazioni di termini difficili, link a guide e fogli informativi
 - utilizzare i link per dare all'utente l'opportunità di approfondire determinati temi su altri siti (come Banca d'Italia, ABI, Patti Chiari).

PER SAPERNE DI PIÙ

Per ulteriori indicazioni, esempi e approfondimenti sulla semplificazione e la chiarezza delle comunicazioni per il pubblico, consultare:

Il progetto per la semplificazione del linguaggio amministrativo, a cura di Alfredo Fioritto.

I Quaderni dell'Innovazione, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato 2002.

Disponibile su internet all'indirizzo:

www.cantieripa.it/allegati/quaderno_innovazione_4.pdf

**PROTOTIPI DI DOCUMENTO CONTENENTE I PRINCIPALI DIRITTI
DEL CLIENTE**

A) Offerta presso lo sportello e fuori sede

PRINCIPALI DIRITTI DEL CLIENTE

per

conto corrente
servizi di pagamento
depositi
finanziamenti
credito al consumo (fino a 30.987,42 euro)
altri servizi regolati dalle Istruzioni di vigilanza della Banca d'Italia

Si consiglia **una lettura attenta** dei diritti prima di scegliere uno di questi prodotti e di firmare il contratto.

Il consumatore che desidera aprire un **conto corrente** od ottenere un **mutuo** può richiedere [riceverà] (*) l'apposita Guida, che spiega in maniera semplice come scegliere questi servizi e aiuta a capire come funzionano e quanto costano.

Chi desidera acquistare **titoli di Stato** nella fase del collocamento può consultare l'apposito avviso affisso in filiale.

DIRITTI

PRIMA DI SCEGLIERE

- Avere a disposizione e portare con sé [ricevere] (**) una **copia di questo documento**.
- Avere a disposizione e portare con sé [ricevere] (**) il **foglio informativo** di ciascun prodotto, che ne illustra caratteristiche, rischi e tutti i costi.
- Ottenere gratuitamente e portare con sé una **copia completa del contratto** e/o il **documento di sintesi**, anche prima della conclusione e senza impegno per le parti.

-
- Conoscere il **TAE**G (Tasso Annuo Effettivo Globale) nel caso di contratti di finanziamento ed esempi di un **ISC** (indicatore sintetico di costo) del conto corrente.
 - Essere informato su come **recedere senza spese entro 10 giorni dalla conclusione del contratto** (***)

AL MOMENTO DI FIRMARE

- Prendere visione del **documento di sintesi** con tutte le condizioni economiche, unito al contratto.
- Stipulare il **contratto in forma scritta**, tranne nei casi previsti dalla legge.
- Ricevere una **copia del contratto firmato** dall'intermediario e una **copia del documento di sintesi**, da conservare.
- Non avere **condizioni contrattuali** sfavorevoli rispetto a quelle pubblicizzate nel foglio informativo e nel documento di sintesi.
- Scegliere il **canale di comunicazione**, digitale o cartaceo, attraverso il quale ricevere le comunicazioni.

DURANTE IL RAPPORTO CONTRATTUALE

- Ricevere **comunicazioni sull'andamento del rapporto** almeno una volta l'anno, mediante un rendiconto e il documento di sintesi.
- Ricevere la proposta di qualunque **modifica unilaterale delle condizioni contrattuali** da parte dell'intermediario, se la facoltà di modifica è prevista nel contratto. La proposta deve pervenire con un preavviso di almeno 30 giorni e indicare il motivo che giustifica la modifica. La proposta può essere respinta entro 60 giorni, recedendo dal contratto alle precedenti condizioni.
- Ottenere a proprie spese, entro 90 giorni e anche dopo la chiusura, **copia della documentazione sulle singole operazioni** degli ultimi dieci anni.
- Nei contratti di conto corrente, avere la stessa periodicità nella **capitalizzazione degli interessi** debitori e creditori.
- Nei contratti di finanziamento, **trasferire il contratto** ("portabilità") presso un altro intermediario senza pagare alcuna penalità né oneri di qualsiasi tipo.
- Nei contratti di credito al consumo con garanzia sul bene acquistato, proseguire il rapporto contrattuale anche nel caso di **mancato pagamento di una rata**, purché questa non superi l'ottava parte dell'importo originario complessivo.

-
- Nei contratti di mutuo con ipoteca, proseguire il rapporto contrattuale anche nel caso di **ritardo nel pagamento di una rata**, purché non avvenga per più di sette volte.
 - Nei contratti di credito al consumo, **agire contro il finanziatore**, dopo aver inutilmente effettuato la costituzione in mora del fornitore, se quest'ultimo non adempie correttamente e ha un rapporto di esclusiva col finanziatore. Per esempio, se il bene acquistato non viene consegnato è possibile non pagare più le rate e chiedere la restituzione di quelle già pagate (****).

ALLA CHIUSURA

- Recedere in ogni momento, senza penalità e senza spese di chiusura, dai contratti di durata quali **conto corrente**, deposito titoli in amministrazione, bancomat, carta di credito, cassetta di sicurezza.
- Nei contratti di **credito al consumo**, estinguere in anticipo il rapporto contrattuale senza penalità, versando il capitale residuo, gli interessi e gli altri oneri maturati fino a quel momento, e una somma non superiore all'1% del capitale residuo se prevista dal contratto.
- Nei contratti di **mutuo** per l'acquisto o la ristrutturazione di immobili destinati all'abitazione o allo svolgimento di attività economica o professionale, estinguere in anticipo, in tutto o in parte, il contratto senza compensi, oneri e penali; per gli altri mutui, quando c'è un'ipoteca, il cliente può estinguere in anticipo in tutto o in parte il rapporto pagando solo un unico compenso stabilito dal contratto nel rispetto dei criteri previsti dalla legge.
- Al momento della chiusura, ricevere il **rendiconto** con il riepilogo di tutte le operazioni effettuate.

RECLAMI, RICORSI E CONCILIAZIONE

Il cliente può presentare un reclamo all'intermediario, anche per lettera raccomandata A/R o per via telematica. L'intermediario deve rispondere entro 30 giorni.

Se non è soddisfatto o non ha ricevuto risposta, prima di ricorrere al giudice il cliente può rivolgersi a:

- *[sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie, sul quale Banca d'Italia sta elaborando le disposizioni attuative della Delibera del CICR del 29 luglio 2008]*
- *[altre forme di tutela cui aderisce l'intermediario].*

Note di redazione

(*) Sostituire “può richiedere” con “riceverà” per le offerte fuori sede.

(**) Sostituire “avere a disposizione e portare con sé” con “ricevere” per le offerte fuori sede.

(***) Inserire questo punto qualora ricorra uno dei casi in cui tale diritto è previsto ai sensi degli articoli 45 e seguenti del Codice del consumo per i contratti negoziati fuori dei locali commerciali.

(****) Inserire questo punto solo se c'è un accordo in esclusiva tra il finanziatore e il fornitore.

B) Offerta attraverso tecniche di comunicazione a distanza

**PRINCIPALI DIRITTI DEL CLIENTE
PER I CONTRATTI CONCLUSI A DISTANZA**

per

conto corrente
servizi di pagamento
depositi
finanziamenti

credito al consumo (fino a 30.987,42 euro)
altri servizi regolati dalle Istruzioni di vigilanza della Banca d'Italia

Si consiglia **una lettura attenta** dei diritti prima di scegliere uno di questi prodotti e di concludere il contratto.

Il consumatore che desidera aprire un **conto corrente** od ottenere un **mutuo** deve ricevere/poter scaricare l'apposita Guida, che spiega in maniera semplice come scegliere questi servizi e aiuta a capire come funzionano e quanto costano.

DIRITTI

PRIMA DI SCEGLIERE

- Ricevere/poter scaricare una **copia di questo documento**.
- Ricevere/poter scaricare il **foglio informativo** di ciascun prodotto, che ne illustra caratteristiche, rischi e tutti i costi.
- Ottenere gratuitamente una **copia completa del contratto** e/o il **documento di sintesi**, anche prima della conclusione e senza impegno per le parti.
- Conoscere il **TAEG** (Tasso Annuo Effettivo Globale) nel caso di contratti di finanziamento ed esempi di un **ISC** (indicatore sintetico di costo) del conto corrente.
- Essere informato sull'esistenza e le modalità del **diritto di recesso**, se il cliente è un consumatore. Le modalità di recesso devono includere la lettera raccomandata A/R.

AL MOMENTO DI CONCLUDERE IL CONTRATTO

- Prendere visione del **documento di sintesi** con tutte le condizioni economiche, unito alla proposta o al contratto.

-
- Ricevere una **copia del contratto firmato** dall'intermediario e una **copia del documento di sintesi**, da conservare. Se il contratto è concluso su internet, ottenere una ricevuta dell'ordine.
 - Non avere **condizioni contrattuali** sfavorevoli rispetto a quelle pubblicizzate nel foglio informativo e nel documento di sintesi.
 - Scegliere il **canale di comunicazione**, digitale o cartaceo, attraverso il quale ricevere le comunicazioni successive.

SUBITO DOPO LA CONCLUSIONE DEL CONTRATTO

- Se il cliente è un consumatore, **recedere senza penali e senza dover indicare il motivo entro 14 giorni** dalla conclusione del contratto. Se riceve copia del contratto e del foglio informativo solo dopo la conclusione, i 14 giorni decorrono dal momento del ricevimento.
Il recesso è automatico e senza penali anche per i contratti collegati.
Il cliente che prima del recesso ha usufruito di servizi previsti dal contratto è tenuto a pagare le spese, se li aveva espressamente richiesti e nei limiti di un importo proporzionato ai servizi.
In ogni caso il fornitore deve restituire al cliente gli importi ricevuti entro 15 giorni.
Il diritto di recesso non è previsto nei casi di:
 - cambio di valuta
 - esecuzione integrale del contratto, su esplicita richiesta scritta del cliente, prima di esercitare il diritto di recesso
 - dichiarazione del cliente ai fini della stipula, resa di fronte a un notaio o altro pubblico ufficiale.

DURANTE IL RAPPORTO CONTRATTUALE

- Ricevere **comunicazioni sull'andamento del rapporto** almeno una volta l'anno, mediante un rendiconto e il documento di sintesi.
- Ricevere la proposta di qualunque **modifica unilaterale delle condizioni contrattuali** da parte dell'intermediario, se la facoltà di modifica è prevista nel contratto. La proposta deve pervenire con un preavviso di almeno 30 giorni e indicare il motivo che giustifica la modifica. La proposta può essere respinta entro 60 giorni, recedendo dal contratto alle precedenti condizioni.
- Ottenere a proprie spese, entro 90 giorni e anche dopo la chiusura, **copia della documentazione sulle singole operazioni** degli ultimi dieci anni.
- Nei contratti di conto corrente, avere la stessa periodicità nella **capitalizzazione degli interessi** debitori e creditori.
- Nei contratti di credito al consumo con garanzia sul bene acquistato, proseguire il rapporto contrattuale anche nel caso di **mancato pagamento di**

una rata, purché questa non superi l'ottava parte dell'importo originario complessivo.

- Nei contratti di mutuo con ipoteca, proseguire il rapporto contrattuale anche nel caso di **ritardo nel pagamento di una rata**, purché non avvenga per più di sette volte.
- Nei contratti di credito al consumo, **agire contro il finanziatore**, dopo aver inutilmente effettuato la costituzione in mora del fornitore, se quest'ultimo non adempie correttamente e ha un rapporto di esclusiva col finanziatore. Per esempio, se il bene acquistato non viene consegnato è possibile non pagare più le rate e chiedere la restituzione di quelle già pagate (*).

ALLA CHIUSURA

- Recedere in ogni momento, senza penalità e senza spese di chiusura, dai contratti di durata quali **conto corrente**, deposito titoli in amministrazione, bancomat, carta di credito, cassetta di sicurezza.
- Nei contratti di **credito al consumo**, estinguere in anticipo il rapporto contrattuale senza penalità, versando il capitale residuo, gli interessi e gli altri oneri maturati fino a quel momento, e una somma non superiore all'1% del capitale residuo se prevista dal contratto.
- Nei contratti di **mutuo** per l'acquisto o la ristrutturazione di immobili destinati all'abitazione o allo svolgimento di attività economica o professionale, estinguere in anticipo, in tutto o in parte, il contratto senza compensi, oneri e penali; per gli altri mutui, quando c'è un'ipoteca, il cliente può estinguere in anticipo in tutto o in parte il rapporto pagando solo un unico compenso stabilito dal contratto nel rispetto dei criteri previsti dalla legge.
- Al momento della chiusura, ricevere il **rendiconto** con il riepilogo di tutte le operazioni effettuate.

IL CONSUMATORE DEVE SAPERE CHE:

- nessuno può contattarlo per offrire un servizio finanziario senza il suo consenso
- non deve nessuna risposta e nessuna spesa per prestazioni non richieste
- è importante leggere con attenzione le condizioni contrattuali anche dopo aver concluso il contratto: si può infatti recedere entro 14 giorni.

Per segnalare abusi e violazioni scrivere a: ...

RECLAMI, RICORSI E CONCILIAZIONE

Il cliente può presentare un reclamo all'intermediario, anche per lettera raccomandata A/R o per via telematica. L'intermediario deve rispondere entro 30 giorni.

Se non è soddisfatto o non ha ricevuto risposta, prima di ricorrere al giudice il cliente può rivolgersi a:

- *[sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie, sul quale Banca d'Italia sta elaborando le disposizioni attuative della Delibera del CICR del 29 luglio 2008]*
- *[altre forme di tutela cui aderisce l'intermediario].*

Note di redazione

(*) Inserire questo punto solo se c'è un accordo in esclusiva tra il finanziatore e il fornitore.

GUIDA PRATICA AL CONTO CORRENTE

COSA C'È IN QUESTA GUIDA

**Tre domande per cominciare
Tre passi per scegliere il conto
I diritti del cliente
Le attenzioni del cliente
Il conto corrente dalla A alla Z**

La guida orienta nella scelta e nell'utilizzo del conto corrente
e dei suoi servizi.

Per conoscere le condizioni economiche, è necessario leggere con
attenzione il Foglio Informativo e il Documento di Sintesi.

TRE DOMANDE PER COMINCIARE

1. Che cos'è?

Il conto corrente bancario semplifica la gestione del denaro: il cliente deposita in banca i suoi risparmi, la banca li custodisce e offre una serie di servizi, quali accredito dello stipendio o della pensione, pagamenti, incassi, bonifici, domiciliazione delle bollette, bancomat, assegni.

Il cliente può versare e prelevare denaro dal conto corrente in qualsiasi momento.

2. Come si apre?

Prima di tutto, è necessario andare presso la filiale o sul sito internet di una o più banche e informarsi sui servizi e i costi del conto corrente.

Il cliente può ottenere la documentazione per valutare e scegliere con calma tra diverse offerte senza per questo impegnarsi in alcun modo con la banca.

Una volta scelto il conto, il cliente può aprirlo sia in banca con un documento di identità valido, sia sul sito internet della banca seguendo le istruzioni.

Se la banca è disponibile ad aprire il conto, si procede alla stipula.

3. Costa?

Sì, perché la banca offre al cliente una serie di servizi. Questi possono essere molto diversi e anche i loro costi possono essere calcolati in modo diverso.

Per questo è molto importante valutare con attenzione i costi di ciascun servizio prima di prendere una decisione.

TRE PASSI PER SCEGLIERE IL CONTO

1. Porsi alcune domande

Apro il conto per esigenze della famiglia o solo per esigenze personali?

Più sono le persone che utilizzano il conto, più saranno le operazioni che probabilmente verranno effettuate.

Quante operazioni penso di effettuare al mese?

Al crescere del numero di operazioni aumentano i costi variabili, se il contratto li prevede.

Voglio un conto online o preferisco andare direttamente allo sportello?

Utilizzare il conto attraverso internet comporta generalmente costi minori per il cliente, ma richiede anche più attenzioni per poter operare con la massima sicurezza evitando di subire frodi. È importante chiedere alla banca quali cautele adottare e consultare la pagina dedicata alla sicurezza sul sito internet.

Utilizzerò il bancomat per pagamenti o prelievi?

L'utilizzo del bancomat come strumento di pagamento (con i POS) comporta minori spese per il cliente, perché le operazioni generalmente non producono né spese di registrazione né commissioni.

Invece, i prelievi di contante allo sportello bancomat possono produrre spese e/o commissioni, soprattutto se effettuati presso una banca diversa da quella che ha emesso la carta.

Ho bisogno di una carta di credito?

La carta di credito consente di acquistare nei negozi, via internet, via telefono e in tutto il mondo, beni e servizi senza pagare in contanti.

Il rilascio e l'utilizzo di una carta di credito hanno dei costi per il cliente, quali: canone annuo, spese di invio dell'estratto conto mensile e, quando viene richiesto il pagamento rateale, interessi. I costi della carta di credito sono riportati sul Foglio Informativo.

Utilizzerò il conto per pagamenti ricorrenti, quali affitti, utenze, telepass, rate del mutuo?

Il cliente può richiedere che il pagamento avvenga in automatico, riducendo il tempo e l'impegno da dedicare a queste incombenze.

Potrei aver bisogno di un fido?

Occorre valutare attentamente questa esigenza. Un eventuale scoperto di conto corrente è più flessibile di altre forme di finanziamento ma anche più costoso.

Mi occorrono altri servizi associati al conto (per esempio, cassette di sicurezza o dossier titoli)?

Spesso le banche offrono conti a pacchetto, che comprendono anche servizi accessori al conto corrente.

La loro convenienza dipende da quanto il cliente abbia realmente bisogno di questi servizi.

2. Orientarsi tra i tipi di conto

I conti correnti offerti dalle banche italiane sono moltissimi.

I più diffusi possono essere ricondotti a questi tre tipi:

Conti a consumo

Le spese dipendono dal numero di operazioni effettuate: più operazioni si fanno, più si spende.

Conti con franchigia

Il conto prevede un canone, generalmente annuo, che include un certo numero di operazioni gratuite.

Conti a pacchetto

Il conto prevede un canone che può comprendere anche altri servizi, quali cassette di sicurezza, assicurazioni e gestione del risparmio.

3. Valutare i costi

Il costo complessivo del conto è di solito composto da una parte fissa e da una parte variabile.

I **costi fissi** non dipendono da quanto e da come si utilizza il conto. I principali sono il canone annuo del conto corrente, i canoni legati a eventuali carte di pagamento, le imposte di bollo, le spese per l'invio delle comunicazioni al cliente. Il

canone annuo include spesso anche un certo numero di operazioni.

I **costi variabili** dipendono dal numero e dal tipo di operazioni che si fanno (ad esempio, prelievo di denaro con il bancomat, utilizzo del bancomat, incasso assegni).

Ecco i principali costi variabili da considerare con attenzione quando si sceglie un conto:

- spese per la registrazione sul conto di ogni operazione
- commissioni per l'esecuzione dei singoli servizi
- spese di liquidazione periodica, ogni volta che la banca calcola gli oneri e gli interessi
- interessi e altri oneri in caso di scoperto.

Per offrire un utile parametro di valutazione dei costi, nel Foglio Informativo del conto corrente la banca fornisce l'**Indicatore Sintetico di Costo**, che stima il costo del conto corrente sulla base di uno o più profili di operatività standard.

La chiusura definitiva del conto è senza spese e senza penalità.

I DIRITTI DEL CLIENTE

Al momento di scegliere

- Avere a disposizione e portare con sé una **copia di questa Guida**.
- Avere a disposizione e portare con sé il **Foglio Informativo**, che illustra caratteristiche, rischi e costi del conto corrente e dei servizi associati.
- Ottenere gratuitamente e portare con sé una **copia completa del contratto** e/o il **Documento di Sintesi**, anche prima della conclusione e senza impegno per le parti.
- Avere a disposizione anche sul **sito internet** della banca il Foglio Informativo e inoltre, se è possibile concludere il contratto online, avere la copia completa del contratto con il Documento di Sintesi.
- Conoscere i costi orientativi del conto corrente per ciascuno dei profili riportati sul Foglio Informativo.

Al momento di firmare

- Prendere visione del **Documento di Sintesi** che riporta tutte le condizioni economiche ed è unito al contratto.
- Non avere **condizioni contrattuali** sfavorevoli rispetto a quelle pubblicizzate nel Foglio Informativo e nel Documento di Sintesi.
- Scegliere il **canale di comunicazione**, digitale o cartaceo, attraverso il quale ricevere le comunicazioni.
- Ricevere una **copia del contratto**, firmato dall'intermediario, e una **copia del Documento di Sintesi**, da conservare. Ricevere l'attestazione della conclusione del contratto, la copia dello stesso contratto e del Documento di Sintesi, se la stipula avviene online.

Durante il rapporto contrattuale

- Ricevere **comunicazioni periodiche** sull'andamento del rapporto almeno una volta l'anno, mediante un rendiconto e il Documento di Sintesi. Il cliente ha 60 giorni per contestare il rendiconto dal momento del ricevimento.
Ricevere a inizio anno un riepilogo delle spese complessive sostenute nell'anno precedente.
- Ricevere dalla banca la proposta di qualunque **modifica delle condizioni contrattuali**, facoltà generalmente prevista nel contratto.
La proposta deve pervenire con un preavviso di almeno 30 giorni e indicare il motivo che giustifica la modifica. La proposta può essere respinta entro 60 giorni, recedendo dal contratto. Quando la modifica riguarda i tassi di interesse e consegue da decisioni della Banca Centrale Europea, la banca deve modificare nello stesso momento i tassi debitori e quelli creditori.
- Avere la stessa periodicità nella **capitalizzazione degli interessi** debitori e creditori.
- **Chiudere il conto corrente** e/o recedere dai rapporti collegati (quali bancomat, carta di credito, domiciliazioni) in qualsiasi momento, senza penalità e senza spese.
- Ottenere a proprie spese, entro 90 giorni dalla richiesta, copia della **documentazione sulle singole operazioni degli ultimi dieci anni**.
La richiesta può essere fatta anche dopo la chiusura del conto.
- Avere la **disponibilità** e la **decorrenza degli interessi** su una somma a partire dal giorno stesso dell'accredito per assegni circolari emessi dalla stessa banca e per assegni bancari di un cliente con un conto presso la stessa succursale. Gli interessi si producono fino al giorno del prelievo.

Dopo la chiusura

- Ricevere il **rendiconto**, con tutte le movimentazioni e il saldo, e il **Documento di Sintesi**.

LE ATTENZIONI DEL CLIENTE

- **Non emettere assegni a vuoto o effettuare pagamenti con carte di credito e di debito senza avere la necessaria copertura in conto corrente.**

Ciò può comportare l'iscrizione nella Centrale di Allarme Interbancaria (CAI), l'archivio informatizzato presso la Banca d'Italia consultabile da tutte le banche e, per alcuni dati, anche da qualsiasi cittadino.

Chi è iscritto nella CAI subisce alcune sanzioni temporanee (ad esempio il divieto di emettere assegni), ma soprattutto può compromettere i suoi rapporti futuri con le banche.

- **Compilare gli assegni in ogni loro parte.**

Firmare e inserire sempre la data del giorno in cui l'assegno viene emesso, l'importo in lettere e in cifre e il beneficiario, per evitare utilizzi impropri dell'assegno.

Se un assegno non ha la clausola "non trasferibile" ed è emesso a favore di altre persone, può essere girato a terzi, che possono a loro volta girarlo. Se ha la clausola "non trasferibile", può essere incassato solo dal beneficiario. Se il cliente indica se stesso come beneficiario (ad esempio "nome e cognome", "me medesimo", "m.m."), l'assegno può essere incassato o versato solo dal cliente.

In base alla normativa antiriciclaggio, gli assegni di importo pari o superiore a 12.500 euro devono contenere la clausola "non trasferibile". Le sanzioni possono arrivare fino al 40% dell'importo.

- **Fare estrema attenzione al phishing.**

Il phishing è un'attività illecita, diffusa su internet, che ha l'obiettivo di carpire i dati riservati dei clienti delle banche, da utilizzare a scopo di frode.

In genere il cliente riceve messaggi email apparentemente credibili e plausibili, che gli chiedono per esempio nome e cognome, identificativo e password di accesso al conto online, il numero di carta di credito, di conto corrente, della carta di identità. Oppure lo invitano a cliccare su link contenuti all'interno del messaggio.

Non è facile distinguere questi messaggi ingannevoli perché si presentano con i nomi e i marchi di banche e istituzioni affidabili e importanti.

Nel dubbio, ricordare che le banche non chiedono mai dati per email ai propri clienti.

-
- **Custodire con attenzione le carte di pagamento, gli assegni, le credenziali per l'accesso online al conto corrente.**

Segnalare immediatamente smarrimento e furto alla banca o all'istituto che ha emesso la carta, secondo le indicazioni ricevute.

Generalmente sui siti delle banche sono disponibili tutte le indicazioni che riguardano la sicurezza e i numeri di telefono cui segnalare smarrimenti e furti.

I rischi di subire frodi aumentano in caso di utilizzo del conto corrente online. È quindi necessario osservare con attenzione le misure di sicurezza indicate dalla banca.

Il conto corrente dalla A alla Z

Accredito e addebito

L'accredito è il denaro versato sul conto corrente, l'addebito quello prelevato o utilizzato per pagamenti, sia dal cliente sia dalla banca per suo conto.

Assegno bancario

Con l'assegno bancario il cliente dà ordine alla banca di pagare, a partire dal momento dell'emissione, una somma di denaro, a terzi o a se stesso.

Se il cliente desidera avere assegni senza la clausola "non trasferibile" prestampata, deve chiederli espressamente alla banca e pagare l'imposta prevista dalla legge (1,50 euro per assegno).

ATM (Automated Teller Machine)

Termine tecnico per "bancomat" ("postamat" per il circuito di Poste Italiane), lo sportello automatico per prelevare contante, richiedere informazioni sul conto e ottenere servizi quali il versamento di contante e assegni e le ricariche telefoniche.

Bancomat

Il termine si riferisce sia al sistema di sportelli automatici (ATM) sia alla carta con la quale è possibile prelevare contante o effettuare pagamenti presso apparecchiature automatiche (ATM e POS).

Se la carta bancomat contiene il marchio dei circuiti internazionali è possibile prelevare contante anche presso sportelli automatici all'estero.

Bonifico

L'operazione con la quale si trasferiscono le somme tra conti anche di banche diverse. Chi invia la somma si chiama *ordinante*, chi la riceve si chiama *beneficiario*.

Quando il trasferimento avviene tra conti della stessa banca, il bonifico si chiama *giroconto*.

Capitalizzazione degli interessi

Il saldo del conto corrente produce interessi: a favore del cliente se positivo; a favore della banca se negativo.

La capitalizzazione significa che gli interessi, una volta accreditati e addebitati sul conto, producono a loro volta interessi.

Il calcolo per gli interessi a debito e per quelli a credito deve avere la stessa periodicità.

Carta di credito

Lo strumento di pagamento che permette al titolare di acquistare beni o servizi presso qualsiasi esercizio convenzionato con l'emittente della carta (una banca o un intermediario finanziario) o di prelevare contante (per esempio presso gli ATM) e di pagare più tardi. Le operazioni prevedono generalmente un massimale definito nel contratto.

Il titolare della carta, a seconda del contratto, pagherà in un'unica soluzione, di solito ogni mese con addebito sul conto corrente, oppure a rate, con gli interessi.

Carta di debito

Termine tecnico per la carta bancomat o postamat.

Commissione di Massimo Scoperto (CMS)

Quando il saldo è negativo (nel linguaggio quotidiano, il conto “va in rosso”), la banca applica un tasso di interesse, detto “debitore” per il cliente.

Sull'ammontare più alto raggiunto da tale importo, oltre all'interesse debitore, può essere prevista dal contratto una commissione, detta “di massimo scoperto”.

Questa commissione può essere applicata se il saldo a debito dura per almeno 30 giorni consecutivi e se il conto ha un fido.

Nel contratto, nel foglio informativo e nel documento di sintesi devono essere indicati: la misura percentuale per il calcolo della commissione, il periodo al quale la commissione si riferisce (generalmente trimestrale), i criteri per determinare l'importo su cui è calcolata la commissione, alcuni esempi.

La CMS può far aumentare in maniera significativa il costo del saldo negativo. È quindi necessario prestare la massima attenzione e, in caso di dubbio, chiedere spiegazioni alla banca sul funzionamento della CMS.

Coordinate bancarie

Le coordinate bancarie sono un codice che consente l'identificazione univoca del conto corrente. Funzionano da “indirizzo” del conto e infatti servono a trasferire denaro tra conti.

Il codice è composto di numeri e lettere, articolati in quattro campi:

- CIN: (un solo carattere) garantisce l'esattezza delle coordinate.
- CODICE ABI: (cinque cifre) identifica la banca presso la quale risiede il conto.
- CAB: (cinque cifre) identifica lo sportello della banca.

-
- **NUMERO C/C:** (al massimo dodici caratteri) identifica il conto corrente.

L'insieme di queste coordinate, preceduto dal codice di identificazione nazionale (per l'Italia IT) e da due cifre di controllo numeriche, costituisce l'IBAN (27 caratteri), oggi richiesto per i bonifici in ambito europeo.

Le coordinate bancarie sono indicate con chiarezza sull'estratto conto.

Data contabile, valuta e disponibile

A ogni accredito e addebito la banca assegna tre tipi di date:

- **data disponibilità**
il giorno dal quale il denaro accreditato può essere utilizzato per pagamenti e prelievi
- **data contabile**
il giorno in cui la banca registra l'operazione
- **data valuta**
il giorno dal quale le somme versate iniziano a produrre interessi per il cliente e quelle prelevate cessano di produrli.

Il contratto deve indicare le date valuta su versamenti e prelievi e le date per la disponibilità degli importi accreditati.

Domiciliazione bancaria

La domiciliazione è un servizio associato al conto corrente che consente di eseguire direttamente sul conto pagamenti periodici, quali le bollette e le rate del mutuo.

Per attivare una domiciliazione, basta richiederlo allo sportello della propria banca.

Se si chiude il conto corrente, è possibile richiedere il trasferimento automatico delle domiciliazioni alla nuova banca, che gestirà il passaggio.

Fido o affidamento

La somma che la banca, su richiesta preventiva del cliente, si impegna a mettere a sua disposizione oltre il saldo disponibile.

Il contratto può prevedere il pagamento di interessi sulle somme utilizzate o altre commissioni (ad esempio la commissione di massimo scoperto).

Firma congiunta

Quando apre un conto corrente, il cliente deve depositare in banca la sua firma. Servirà per verificare se le operazioni, in particolare quelle di pagamento, sono state effettivamente disposte dal correntista.

Se il conto corrente è intestato a due o più persone, ognuna deve depositare la sua firma.

Il contratto deve specificare quali operazioni richiedono la firma di tutti i correntisti (firma congiunta) e quali soltanto una (firma disgiunta; questo significa che un conto corrente può essere aperto da più persone, che lo possono usare in modo separato).

Indicatore Sintetico di Costo (ISC)

L'ISC è una misura sintetica del costo totale del conto corrente.

Il Foglio Informativo e il Documento di Sintesi indicano l'ISC per tre profili standard di operatività individuati dalla Banca d'Italia.

POS

L'apparecchiatura automatica che permette di pagare con la carta di credito o di debito in negozi, centri commerciali, esercizi professionali.

Saldo

La differenza tra l'importo complessivo degli accrediti e quello degli addebiti a una certa data.

Se il saldo è positivo, indica la somma disponibile sul conto corrente. Le somme che rimangono inutilizzate fruttano interessi, da calcolare sulla base di un tasso detto "creditore".

Il saldo contabile si riferisce alle operazioni registrate.

Il saldo disponibile si riferisce alla somma che può essere effettivamente utilizzata.

Tasso creditore

Tasso utilizzato per calcolare periodicamente gli interessi sulle somme depositate (interessi creditori), che sono poi accreditati sul conto, al netto delle ritenute fiscali.

Tasso debitore

Tasso utilizzato per calcolare periodicamente gli interessi a carico del cliente sulle somme utilizzate oltre le disponibilità del conto. Gli interessi sono poi addebitati sul conto.

UNA VOLTA APERTO IL CONTO...

... è importante controllare nel tempo le condizioni contrattuali, anche alla luce delle proprie esigenze e delle offerte di altre banche, perché possono cambiare:

- la situazione personale o lavorativa
- le offerte delle banche, con nuovi prodotti e proposte, anche più vantaggiose.

Domande, chiarimenti, reclami? I contatti utili

Il cliente può presentare un reclamo alla banca o all'intermediario anche per lettera raccomandata A/R o per via telematica. L'Ufficio Reclami deve rispondere entro 30 giorni.

Se non è soddisfatto o non ha ricevuto risposta, il cliente può presentare ricorso a:

- *[sistema di risoluzione stragiudiziale delle controversie, sul quale Banca d'Italia sta elaborando le disposizioni attuative della Delibera del CICR del 29 luglio 2008]*
- *[altre forme di tutela cui aderisce l'intermediario].*

Nota redazionale per Poste Italiane S.p.A.

Adattare la presente Guida alle specificità dei servizi offerti, anche sotto il profilo della terminologia utilizzata.

METODOLOGIA PER IL CALCOLO DELL'INDICATORE SINTETICO DI COSTO PER I CONTI CORRENTI

1. Premessa

L'ISC comprende tutte le spese e le commissioni che sarebbero addebitate al cliente nel corso dell'anno, al netto di oneri fiscali e interessi.

Per il calcolo dell'ISC si assume che il consumatore non abbia sottoscritto altri prodotti finanziari associati al conto, all'infuori di una carta di credito, di qualsiasi tipologia, e di una carta di debito; si assuma inoltre che il consumatore abbia sul conto una giacenza costante per l'intero periodo di riferimento.

L'ISC, che si compone di una parte fissa e una variabile, va calcolato nel modo seguente:

$$ISC = (12/t) \times (CF_t) + (12/T) \times (CV_T) \quad \forall t, T \in [1;12]$$

dove:

- “CF” corrisponde alla componente fissa, comprensiva di tutte le voci di spesa che il consumatore dovrebbe comunque sostenere, per il solo fatto di aver sottoscritto il conto, comprese quelle relative all'invio delle comunicazioni di trasparenza;
- “CV” corrisponde alla componente variabile, ossia a tutti i costi – spese e commissioni – che il cliente sostiene in relazione alla sua operatività in conto corrente. A tal fine, le banche calcolano il costo complessivo che sarebbe sostenuto dal consumatore ipotizzando tre livelli di utilizzo (basso, medio e alto, cfr. *infra*); per i conti che prevedono una franchigia di operazioni su base infrannuale, va ipotizzato che il numero di operazioni annue previste dal profilo si ripartisca uniformemente nell'anno;
- “t” rappresenta l'arco temporale di riferimento per il calcolo delle spese fisse;
- “T” rappresenta l'arco temporale di riferimento per il calcolo delle spese variabili.

2. Calcolo dell'ISC per conti con operatività tradizionale (sportello)

Per quanto riguarda i conti correnti con operatività tradizionale, si riportano di seguito tre ipotesi di operatività ⁽¹⁾ del conto corrente; per questi profili, si assuma che le operazioni siano

⁽¹⁾ Le ipotesi di operatività sono tratte dalla dell'indagine campionaria sui costi dei conti correnti bancari effettuata dalla Banca d'Italia nel 2007 e si riferiscono al primo quartile (operatività bassa), alla media e al quarto quartile (operatività alta) della distribuzione di

Operatività media in conto corrente	Basso	Medio	Alto
Elenco movimenti	0	3	
Prelievo contante allo sportello	2	7	
Prelievo bancomat presso propria banca	0	18	
Prelievo bancomat presso altra banca	0	8	
Prelievo bancomat circuiti internazionali	0	0	
Invio estratto conto carte di credito	0	2	
Pagamenti con assegni	1	7	
Altre operazioni che producono linea e/c a pagamento (accrediti stipendi, domiciliazioni rate mutuo, pagamenti imposte e tasse, recuperi spese, ...)	9	39	
Bonifici effettuati verso Italia	1	3	
Bonifici ricevuti (diversi da accredito stipendio o pensione)	2	4	
Versamenti (contanti o assegni)	7	8	
Totale operazioni a pagamento	22	99	
Operazioni pagobancomat	0	25	
Altre operazioni esenti (comunicazioni trasparenza, invio ec, ...)	7	7	
Totale operazioni esenti	7	32	
Numero operazioni totali	29	131	

Per memoria

Numero di utenze domiciliate (addebito bimestrale)	0	1	
Carte di debito	0	1	
Carte di credito	0	1	
Giacenza in conto corrente (euro)	5.000	10.000	15

un campione rappresentativo di correntisti. La Banca d'Italia si riserva di rivedere le caratteristiche operative dei tre profili di clientela, in relazione a eventuali cambiamenti delle modalità di utilizzo dei conti da parte dei correntisti e/o dell'offerta bancaria.

3. Calcolo dell'ISC per conti con operatività online

Per quanto riguarda i conti correnti con operatività virtuale (via internet) si riportano di seguito tre ipotesi di operatività on line del conto corrente; per questi profili, si assuma che le operazioni siano

Operatività media in conto corrente	Basso	Medio	Alto
Prelievo contante allo sportello	2	7	9
Prelievo bancomat presso propria banca	0	18	49
Prelievo bancomat presso altra banca	0	8	20
Prelievo bancomat circuiti internazionali	0	0	0
Invio estratto conto carte di credito	0	2	4
Pagamenti con assegni	1	3	4
Bonifici ricevuti (diversi da accredito stipendio o pensione)	2	4	8
Versamenti (contanti o assegni) su ATM evoluti	5	4	3
Operazioni on line			
Altre operazioni che producono linea e/c a pagamento (ad esempio, acquisti titoli, utenze, ricariche telefoniche...)	9	42	90
Versamenti (contanti o assegni) su ATM evoluti	2	4	9
Bonifici effettuati verso Italia	1	7	10
Totale operazioni a pagamento	22	99	200
Operazioni pagobancomat	0	25	75
Altre operazioni esenti (comunicazioni trasparenza, invio ec, ...)	7	7	8
Totale operazioni esenti	7	32	83
Numero operazioni totali	29	131	283

Per memoria

Numero di utenze domiciliate (addebito bimestrale)	1	2	3
Carte di debito	0	1	1
Carte di credito	0	1	1
Giacenza in conto corrente (euro)	5.000	10.000	15.000

.....

METODOLOGIA DI CALCOLO DELL'INDICATORE SINTETICO DI COSTO PER GLI AFFIDAMENTI IN CONTO CORRENTE

1. Premessa

La formula per il calcolo dell'ISC è la seguente:

$$\text{ISC} = \text{TasInt} + (12/t) \times (\text{CMS}_t / \text{Acc}) \times 100 + \sum_i (12/T_i) \times (\text{AltOn}_i / \text{Acc}) \times 100 \quad \forall t, T_i \in [1;12]$$

Dove:

- TasInt corrisponde al tasso di interesse applicato dalla banca per lo scoperto su base annua
- CMS è la commissione di massimo scoperto
- Acc è l'importo dell'affidamento accordato dalla banca
- AltOn sono tutti gli oneri diversi dalla commissione di massimo scoperto e comprendono tutte le commissioni e/o spese praticate dalla banca in relazione all'affidamento in conto corrente
- “t” rappresenta l'arco temporale di riferimento per il calcolo della commissione di massimo scoperto
- “T_i” rappresenta l'arco temporale di riferimento per il calcolo delle singole voci che compongono AltOn.

L'ISC va reso noto al cliente sia nel foglio informativo sia nel documento di sintesi.

2. Calcolo dell'ISC nel foglio informativo

L'ISC da pubblicizzare nel foglio informativo va calcolato assumendo un affidamento di 10.000 euro, una periodicità di liquidazione degli interessi su base trimestrale e formulando le tre seguenti ipotesi di utilizzo dello scoperto:

- Utilizzo di 10.000 euro (100 % dell'accordato) per 29 giorni e zero euro nei restanti 61;
- Utilizzo di 1.000 euro (10% dell'accordato) per 29 giorni, 5.000 euro (50 % dell'accordato) per un giorno e zero euro nei restanti 60 (si assuma che i 30 giorni di utilizzo siano continuativi);

- Utilizzo di 1.000 euro (10% dell'accordato) per 29 giorni, 10.000 euro (100 % dell'accordato) per un giorno e zero euro nei restanti 60 (si assuma che i 30 giorni di utilizzo siano continuativi).

A titolo di esempio, si assuma che le condizioni applicate al cliente prevedano:

- un tasso di interesse per utilizzo dello scoperto di conto pari al 10 %;
- una commissione di massimo scoperto a fronte di utilizzi per un periodo continuativo superiore a trenta giorni pari all'1%, calcolata trimestralmente;
- una commissione di istruttoria per affidamenti pari a 50 euro, da corrispondere alla banca al momento della concessione della linea di credito e del suo rinnovo, con periodicità trimestrale rapportata a quella di liquidazione delle competenze.

Per queste tre ipotesi di utilizzo dello scoperto, l'ISC da comunicare al cliente sarebbe pari rispettivamente a: 12%, al 14% e al 16%.

Ammontare del fido	10.000					
Tasso	10,0%					
Commissione massimo scoperto ⁽¹⁾	1,0%					
	Hp 1		Hp 2			Hp 3
Utilizzo	10.000	0	1.000	5.000	0	1.000 10.000
Durata dell'utilizzo	29	61	29	1	61	29 1
Importi pagati dal cliente (su base trimestrale)						
Interessi pagati dal cliente (in euro)	79,5		9,3			10,7
Commissione massimo scoperto (in euro)	0		50			100
Commissione di istruttoria (in euro)	50		50			50
Totale pagato	129,5		109,3			160,7
Calcolo dell'ISC (su base annua)						
Tasso interesse	10%		10%			10%
Commissione massimo scoperto su base annua	0,0%		2,0%			4,0%
Commissione di istruttoria su base annua	2,0%		2,0%			2,0%
ISC	12,0%		14,0%			16,0%

(1) In % del massimo importo utilizzato, a condizione che il cliente abbia un saldo debitore per un periodo superiore a 30 giorni

3. Calcolo dell'ISC nel documento di sintesi

L'ISC da pubblicizzare nel documento di sintesi va calcolato riportando l'importo dell'affidamento e la periodicità di liquidazione degli interessi effettivi del rapporto e formulando le tre seguenti ipotesi di utilizzo dello scoperto:

- Utilizzo del 100 % dell'accordato per 29 giorni e zero euro nei restanti giorni del periodo di riferimento;
- Utilizzo del 10% dell'accordato per 29 giorni, del 50 % dell'accordato per un giorno e zero euro nei restanti giorni del periodo di riferimento (si assuma che i 30 giorni di utilizzo siano continuativi);
- Utilizzo del 10% dell'accordato per 29 giorni, del 100 % dell'accordato per un giorno e zero euro nei restanti giorni del periodo di riferimento (si assuma che i 30 giorni di utilizzo siano continuativi).

.....



**REVISIONE DELLA DISCIPLINA SECONDARIA SULLA TRASPARENZA:
RELAZIONE PRELIMINARE SULL'ANALISI DI IMPATTO**

Indice

1. Introduzione.....	4	
2. Analisi dei fallimenti del mercato e della regolamentazione.....	5	
2.1. Analisi dei fallimenti del mercato: le ragioni di una disciplina di trasparenza.....	5	
2.2. Analisi dei fallimenti della regolamentazione	6	
2.2.1. Aspetti teorici.....	6	
2.2.2. Le ragioni della revisione della disciplina italiana.....	8	
3. Analisi costi-benefici delle opzioni regolamentari	11	
3.1. Definizioni.....	11	
3.1.1. Portatori di interessi		11
3.1.2. Costi della regolamentazione		11
3.1.3. Benefici della regolamentazione		12
3.1.4. La scala valutativa		13
3.2. Opzioni e finalità della regolamentazione.....	14	
3.3. La valutazione dei costi e dei benefici	16	
Bibliografia	31	
Appendice 1 - Il mercato dei prodotti bancari.....	32	

Marzo 2009

SINTESI

Nella definizione degli interventi regolamentari, l'interlocuzione con gli operatori è prassi consolidata della Banca d'Italia; questa non prescinde da un'analisi, anche quantitativa, degli impatti della regolamentazione. La "codificazione" in una norma giuridica di tale approccio è stata compiuta dall'articolo 23 della legge 28 dicembre 2005, n. 262 che richiede che gli atti regolamentari adottati dalla Banca d'Italia siano accompagnati da una relazione che ne illustri le conseguenze sulla regolamentazione, sull'attività delle imprese e degli operatori e sugli interessi degli investitori e dei risparmiatori. In ottemperanza a tali obblighi, la Banca d'Italia ha condotto l'analisi dell'impatto della revisione della disciplina sulla trasparenza.

Nel presente documento sono riportati i risultati preliminari dell'analisi, anche basati sui primi commenti ricevuti in sede di preconsultazione; una valutazione definitiva, che beneficerà anche di informazioni più strutturate raccolte nel corso della consultazione, sarà fornita all'atto dell'emanazione della normativa.

I diversi portatori di interessi e, in particolare, i consumatori, le imprese e gli intermediari – anche attraverso le associazioni di categoria – sono invitati a fornire informazioni, di natura sia qualitativa sia quantitativa, utili all'analisi d'impatto. Gli intermediari, o le loro associazioni di categoria, sono invitati inoltre a compilare il questionario sui costi di *compliance* allegato alla presente relazione.

* * *

In linea generale, l'analisi dell'impatto della revisione della disciplina è stata condotta tenendo conto delle seguenti categorie di costi e benefici: costi di *compliance*, grado di comprensibilità dei prodotti bancari, variazione dei rischi di reputazione, qualità della relazione tra banca e cliente. In particolare:

1) per gli intermediari, la maggiore trasparenza sulle caratteristiche e sui costi dei prodotti finanziari riduce i fenomeni di *misselling* e, dunque, contribuisce a contenere i rischi di reputazione e legali, nonché ad accrescere la fiducia complessiva del pubblico verso il settore finanziario. Alcuni interventi di semplificazione della normativa, soprattutto se ispirati a iniziative di autoregolamentazione già consolidate o a prassi di mercato diffuse, possono inoltre ridurre i costi di *compliance*.

2) documenti di trasparenza più semplici e leggibili, accompagnati da una adeguata diffusione della cultura finanziaria, consentono alla clientela di effettuare scelte più coerenti con le proprie esigenze. Clienti adeguatamente informati contribuiscono alla disciplina di mercato, incoraggiando la concorrenza e spingendo gli intermediari ad offrire prodotti e servizi di migliore qualità.

3) i costi diretti a carico della Banca d'Italia appaiono nel complesso contenuti. I cambiamenti della disciplina comporteranno compiti aggiuntivi per il personale coinvolto nei controlli di trasparenza, in ambito sia ispettivo sia cartolare. Tali compiti, peraltro, si integreranno pienamente nella complessiva attività di controllo ordinariamente condotta dall'Istituto.

4) la combinazione di efficaci presidi di tutela della clientela, maggiore trasparenza e cultura finanziaria contribuisce allo sviluppo dei mercati finanziari in quanto aumenta il grado di fiducia che i consumatori ripongono nel settore e rende più probabile che nuovi soggetti divengano utilizzatori di prodotti finanziari.

5) alcune proposte di revisione (standardizzazione, introduzione di criteri per la redazione di documenti di trasparenza, utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza, potenziamento dei presidi organizzativi) comportano innovazioni rilevanti i cui effetti potranno essere compiutamente valutati solo dopo la fase di consultazione. Tuttavia, l'analisi preliminare suggerisce che:

i) le iniziative di standardizzazione e l'introduzione di specifici criteri redazionali potrebbero comportare per gli intermediari costi di *compliance* non marginali, connessi con la necessità di adeguare la documentazione esistente, ma avrebbero effetti positivi rilevanti in termini di maggiore chiarezza e comparabilità dei documenti;

ii) il maggiore ricorso a forme di comunicazione a distanza potrebbe contribuire al contenimento dei costi di *compliance* e rendere più facilmente accessibili al pubblico i documenti di trasparenza;

iii) il potenziamento dei presidi organizzativi potrebbe comportare un significativo incremento dei costi di *compliance* (sia di avviamento sia ricorrenti). Peraltro, i benefici in termini di riduzione dei rischi operativi, di reputazione e legali potrebbero più che compensare i costi. Procedure snelle e veloci per dare riscontro ai reclami migliorerebbero inoltre la relazione banca-cliente.

1. Introduzione

Nella definizione degli interventi regolamentari, l'interlocuzione con gli operatori è prassi consolidata della Banca d'Italia; questa non prescinde da un'analisi, anche quantitativa, degli impatti della regolamentazione. La "codificazione" in una norma giuridica di tale approccio è stata compiuta dall'articolo 23 della legge 28 dicembre 2005, n. 262 che richiede che gli atti regolamentari adottati dalla Banca d'Italia siano accompagnati da una relazione che ne illustri le conseguenze sulla regolamentazione, sull'attività delle imprese e degli operatori e sugli interessi degli investitori e dei risparmiatori. In ottemperanza a tali obblighi, la Banca d'Italia ha condotto l'analisi dell'impatto della revisione della disciplina sulla trasparenza.

Nel presente documento sono riportati i risultati preliminari dell'analisi; una valutazione definitiva, che beneficerà anche delle informazioni raccolte nel corso della consultazione, sarà fornita all'atto dell'emanazione della normativa. Nel condurre l'analisi si è anche tenuto conto delle linee guida sull'analisi d'impatto pubblicate nel 2008 dai Comitati europei di 3° livello (CEBS, CESR, CEIOPS).

I diversi portatori di interessi e, in particolare, i consumatori, le imprese e gli intermediari – anche attraverso le associazioni di categoria – sono invitati a fornire informazioni, di natura sia qualitativa sia quantitativa, utili all’analisi d’impatto. Gli intermediari, o le loro associazioni di categoria, sono invitati inoltre a compilare il questionario sui costi di *compliance* allegato alla presente relazione.

L’analisi è suddivisa in due parti:

- i) l’analisi dei fallimenti del mercato e/o della regolamentazione è volta ad analizzare ragioni teoriche ed evidenze empiriche circa l’opportunità di modificare la regolamentazione vigente. Tale fase è stata condotta prevalentemente facendo ricorso a informazioni raccolte dalla Banca d’Italia nello svolgimento dell’attività di vigilanza bancaria e finanziaria nonché attraverso l’analisi degli esposti degli utenti bancari e le verifiche di trasparenza disposte presso le loro dipendenze;
- ii) l’analisi costi-benefici è finalizzata a valutare vantaggi e svantaggi delle diverse opzioni regolamentari individuate. In linea di principio, tale fase dovrebbe essere basata – per quanto possibile – sull’esame di evidenze quantitative, soprattutto per quanto riguarda i costi della regolamentazione. In concreto, le valutazioni riportate nel presente documento sono prevalentemente qualitative; nel corso della consultazione saranno raccolte ulteriori informazioni, anche quantitative, sui costi e i benefici attesi dalla revisione della regolamentazione.

All’analisi d’impatto condotta nella fase di revisione della disciplina, potrà seguire la valutazione *ex post* dei suoi effetti. A tal fine saranno definiti, nei limiti del possibile, indicatori volti a monitorare nel tempo l’efficacia delle nuove regole (ad esempio, attraverso la raccolta di dati più strutturati sugli esposti).

2. Analisi dei fallimenti del mercato e della regolamentazione

2.1. Analisi dei fallimenti del mercato: le ragioni di una disciplina di trasparenza

La necessità di tutelare la clientela attraverso norme che accrescano il grado di trasparenza nasce dalla diversa distribuzione di conoscenza (asimmetrie informative) e di risorse tra gli acquirenti e i fornitori di prodotti e servizi: mentre i venditori conoscono bene i propri prodotti, i consumatori possono trovare difficile o oneroso ottenere sufficienti informazioni sui prodotti che intendono acquistare. Tali

asimmetrie sono particolarmente rilevanti nel settore finanziario, in considerazione della natura dei beni e dei servizi che vi sono scambiati.

Secondo la teoria economica, è possibile individuare tre tipologie di beni, a seconda delle modalità con le quali l'acquirente può conoscerne le effettive caratteristiche (Nelson, 1970, Spencer, 2000).

1) La prima categoria è composta dai beni le cui caratteristiche possono essere scoperte dall'acquirente attraverso un'adeguata attività di ricerca prima dell'acquisto (*search goods*); un esempio di scuola è l'automobile nuova.

2) La seconda categoria è composta da beni la cui effettiva qualità è apprezzabile, in tutto o in parte, solo dopo aver proceduto all'acquisto, attraverso l'esperienza concreta (*experience goods*). Un esempio tipico sono i servizi turistici (taxi, visite guidate, ecc.) offerti a turisti stranieri o le automobili usate (Akerlof, 1970). Nel caso di tali beni, comunque, i venditori di prodotti di maggiore qualità hanno un incentivo a mitigare il grado di incertezza sulle caratteristiche del bene ricorrendo, ad esempio, all'offerta di garanzie, alla divulgazione dei *feedback* dei clienti precedenti, a forti investimenti in pubblicità¹.

3) L'ultima categoria di beni è costituita da prodotti per i quali il rapporto tra qualità e prezzo rimane incerto per il consumatore perfino dopo l'acquisto e il consumo (*credence goods*). Esempi tipici sono i servizi medici e legali e i prodotti bancari e finanziari. Per alcuni prodotti bancari (ad esempio, il mutuo), la scarsa frequenza degli acquisti non consente al consumatore di apprendere la reale qualità dei prodotti utilizzati e di confrontarla con quella dei concorrenti. Le asimmetrie informative divengono più rilevanti al crescere della complessità dei prodotti stessi e sono più presenti nei mercati nei quali le transazioni sono rare e i costi di entrata e uscita dal mercato di nuovi operatori sono minori (rendendo così possibili strategie *hit and run* da parte di intermediari non affidabili).

2.2. Analisi dei fallimenti della regolamentazione

2.2.1. Aspetti teorici

La disciplina sulla trasparenza mira a rimuovere (o attenuare gli effetti de) i fallimenti del mercato, fornendo ai consumatori di prodotti bancari – siano essi risparmiatori, investitori, fruitori di servizi di

¹ Peraltro, l'effetto di questa attività dei venditori migliori può non essere di per sé sufficiente a garantire una sufficiente qualità, poiché la reputazione e la fiducia che derivano dal suo svolgimento tendono a configurarsi, almeno in parte, come esternalità positiva (al limite, come bene pubblico), soggetta quindi a problemi di *free-riding*.

pagamento o prenditori di fondi – un’informativa completa, chiara e adeguata circa i prezzi, le condizioni, i rischi e i diritti connessi con la sottoscrizione di un contratto finanziario. Un’adeguata regolamentazione può infatti avere l’effetto di ricondurre i *credence goods* in *search goods*. Tale effetto è tuttavia tanto più efficace quanto più i consumatori sono effettivamente incentivati a intraprendere una diligente attività di ricerca dei venditori che offrono condizioni migliori (Waterson, 2003) e a cambiare il venditore che propone condizioni meno vantaggiose.

Infatti, la reale efficacia della disciplina sulla trasparenza dipende dalla sua capacità di ricondurre i *credence goods* in *search goods*; ciò non richiede solo che i venditori adottino strategie di comunicazione corrette e trasparenti, ma anche che, per il consumatore, il costo-opportunità di acquisire informazioni e di dotarsi della necessaria *expertise* per comprenderne appieno il significato sia sostenibile. La condizione dell’utente bancario medio può essere definita come “ignoranza razionale” (Goodhart et al., 1998): si tratta di una condizione connessa con la scarsa conoscenza dei principi basilari dell’economia e della finanza, che rende di fatto molto difficoltosa la comprensione dei tecnicismi dei contratti bancari. In considerazione di ciò, il consumatore tende a non spendere realisticamente molto tempo e risorse per acquisire le conoscenze che sarebbero necessarie per valutare l’opportunità e la convenienza di acquistare un dato prodotto bancario (Pacces, 2000).

D’altra parte, distorsioni di natura psicologica possono indurre i consumatori a compiere scelte che non sono né razionali né, tanto meno, ottimali. Spesso essi sono guidati nelle loro scelte da valutazioni errate; ad esempio, essi assumono – per eccesso di ottimismo o per scarsa capacità di prevedere le proprie condizioni finanziarie future – che alcune condizioni economiche particolarmente sfavorevoli (ad esempio sui tassi di interesse) non si applicheranno al loro caso o non avranno su di essi effetti significativi. In altri casi, i consumatori sovrastimano le proprie conoscenze finanziarie, inclusa quella di comprendere concetti relativamente semplici quali il valore del denaro nel tempo o il metodo per calcolare tassi di interesse composti¹.

¹ Earl (2005) fornisce alcuni esempi di ignoranza razionale. Ad esempio, sul credito al consumo, non è chiaro se il singolo consumatore abbia tutti gli incentivi ad effettuare una diligente valutazione di un acquisto: “*Although it is quite easy to calculate total interest charges on a loan and see whether, in the light of them, one really wants that desperately to own right now the item in question, there is no guarantee that consumers will do so and concentrate their minds in this way*”. Un discorso simile può essere fatto per gli acquisti attraverso carte di credito: “*Compared with traditional fixed-term loans and hire purchase agreements, credit cards and home equity loans/credit-line mortgages are much more likely to result in problematic decisions due to the ways that consumers wrestle with their lack of self control and manage cognitive dissonance. In the case of credit cards, those who do not see themselves as the sort of person who gets into debt can succumb to the temptation to purchase something with a credit card on the basis that they are using it as a means of payment*”.

2.2.2. Le ragioni della revisione della disciplina italiana

In linea con la teoria economica sopra illustrata, il principale obiettivo perseguito dalla Banca d'Italia attraverso la disciplina introdotta nel 2003 è stato quello di assicurare, in ogni fase della relazione tra intermediario e cliente, la piena conoscibilità da parte del secondo delle condizioni contrattuali.

La normativa ha contribuito a realizzare una maggiore chiarezza nell'ambito di relazioni che per lungo tempo sono state caratterizzate da un elevato tasso di opacità; negli ultimi anni, l'accresciuta sensibilità dell'opinione pubblica verso la tematica dei costi dei servizi bancari è stata senz'altro favorita anche dalla maggiore trasparenza indotta dalla regolamentazione. Tuttavia, i progressivi cambiamenti nel contesto esterno – il mutamento dell'offerta, la maggiore attenzione dei consumatori per i propri diritti, lo sviluppo dell'autoregolamentazione, l'evoluzione del quadro legislativo – e la prassi applicativa ne hanno posto in evidenza alcuni limiti.

L'analisi che segue, volta a evidenziare le principali problematiche emerse, è basata su due fonti informative della Banca d'Italia: gli esposti degli utenti bancari e le verifiche di trasparenza disposte presso le dipendenze bancarie.

Tra il 2003 e il 2007 la Banca d'Italia ha ricevuto circa 29.000 **esposti**, di cui poco meno di 3.000 relativi a presunte violazioni della disciplina sulla trasparenza. Di essi, la maggior parte riguarda le aperture di credito in conto corrente e altri affidamenti (54 per cento nel 2007) e i depositi in conto corrente e a risparmio (poco più dell'11 per cento), di fatto i prodotti più diffusi presso la clientela.

Nel complesso, dagli esposti della clientela emerge che l'informazione resa da parte di banche e intermediari, anche qualora sia in linea con la normativa di trasparenza, è spesso considerata non chiara, poco comprensibile e non sempre alla portata di tutte le fasce dell'utenza¹. È spesso segnalata, infatti, la difficoltà incontrata nel comprendere le caratteristiche dei prodotti e dei servizi acquistati (tav. 1).

Tavola 1: Classificazione degli esposti per tipo di violazione al Testo Unico Bancario

	2003	2004	2005	2006	2007
ART.118: MODIFICA UNILATERALE CONDIZIONI ECONOM.	14.8%	8.9%	5.6%	8.8%	31.7%
ART.119:	45.6%	64.5%	76.8%	72.3%	53.9%

¹ I dati disponibili non consentono peraltro di discriminare tra violazioni della normativa e reclami legati alla difficile interpretazione di documenti pure rispettosi delle regole di trasparenza.

COMUNICAZIONI PERIODICHE					
ART.120: DECORRENZA VALUTE	4.2%	6.4%	6.6%	2.5%	2.1%
ARTT.116/123: PUBBLICITA' CONDIZIONI ECONOMICHE	18.2%	8.9%	6.3%	6.7%	6.7%
ARTT.117/124: FORMA E CONTENUTO DEI CONTRATTI	17.2%	11.3%	4.7%	9.7%	5.5%
Totale complessivo	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Numerose segnalazioni, inoltre, fanno riferimento a commissioni ritenute dalla clientela sproporzionate rispetto ai servizi erogati. Molti esposti riguardano irregolarità di natura contrattuale (applicazione di tassi di interesse non pattuiti ovvero superiori a quelli pubblicizzati nei fogli informativi, oneri per la chiusura dei conti correnti, estinzione anticipata dei mutui immobiliari, cancellazione delle ipoteche).

Alcuni esposti, provenienti anche da Associazioni di consumatori e dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, segnalano la scarsa leggibilità delle indicazioni relative al tasso annuo netto (TAN) e al tasso annuo effettivo globale (TAEG) negli annunci pubblicitari del credito al consumo e, più in generale, la difficoltà per i consumatori di avere una chiara percezione dei costi da sostenere in presenza di una pluralità indicatori (quali TAN, TAEG e il tasso effettivo globale medio previsto dalla legge contro l'usura (TEGM)).

In merito ai singoli strumenti di pubblicità previsti dalla vigente normativa emerge quanto segue:

- i **fogli informativi** sono ritenuti difficilmente confrontabili e comprensibili in ragione delle differenti strutture e terminologie utilizzate dai singoli intermediari;
- il **documento di sintesi** è talora percepito come una duplicazione del contratto che aggrava gli oneri economici a carico degli intermediari e dei clienti; spesso esso non risulta di facile e immediata lettura;
- le **comunicazioni periodiche** risultano spesso poco chiare alla clientela e onerose per gli intermediari.

Le **verifiche di trasparenza** condotte dalla Banca d'Italia presso le dipendenze degli intermediari confermano tali evidenze. Nei fogli informativi sono state rilevate carenze nei contenuti, nella struttura e nell'aggiornamento. In alcuni casi, la terminologia utilizzata è diversa rispetto a quella degli estratti conto, con conseguente difficoltà di accertamento della conformità tra le condizioni pubblicizzate e quelle applicate. Il documento di sintesi costituisce spesso una riproduzione delle condizioni economiche e contrattuali già pubblicizzate nei fogli informativi e non riporta quelle effettivamente applicate alla clientela.

Al di là dei casi di mancato rispetto della disciplina, emerge una relativa insoddisfazione di una parte dell'utenza bancaria circa la qualità dell'informazione ricevuta. Mentre i casi nei quali le norme vigenti non sono pienamente applicate potrebbero essere affrontati rafforzando ulteriormente le verifiche presso gli sportelli e potenziando lo strumento degli esposti, la scarsa comprensione dei documenti di trasparenza richiede interventi regolamentari finalizzati a semplificare le informazioni che gli intermediari devono fornire alla clientela.

Un ultimo aspetto che va considerato riguarda il grado di **“educazione finanziaria”** della clientela bancaria. In effetti, la capacità degli individui di scegliere consapevolmente i prodotti e servizi bancari offerti dagli intermediari è funzione – oltre che del livello di trasparenza garantita dal fornitore di servizi – anche del loro grado di alfabetizzazione finanziaria.

Secondo l'ultima indagine sui bilanci delle famiglie (Banca d'Italia, 2008), solo il 27 per cento delle famiglie è in grado di calcolare il rendimento di un titolo, il 40 per cento è capace di calcolare gli interessi maturati in un conto corrente, circa il 50 per cento è in grado di distinguere tipologie differenti di mutuo, comprendere le relazioni tra strumenti finanziari diversi, oppure leggere un estratto conto; il 60 per cento delle famiglie è in grado di calcolare le variazioni del potere di acquisto di una data somma di denaro. Il grado di alfabetizzazione finanziaria è chiaramente connesso con il livello di istruzione scolastica. Per quanto riguarda la condizione professionale, le famiglie con capofamiglia dirigente, imprenditore o libero professionista risultano le più istruite. Il grado di alfabetizzazione finanziaria è più alto per le famiglie con capofamiglia di età compresa tra i 41 e 50 anni; i più anziani risultano essere meno alfabetizzati dei più giovani.

La diffusione dell'educazione finanziaria è dunque un complemento indispensabile alla disciplina di trasparenza, ma è un processo che richiede più tempo¹. La disciplina di trasparenza dovrebbe dunque, per quanto possibile, essere tarata sulle esigenze della clientela con minore livello di educazione finanziaria.

¹ Le good practices della Banca Mondiale (World Bank, 2008) per la protezione dei consumatori prevedono, tra le altre cose:

- *For all financial products, consumers should receive a single-page Key Facts Statement, written in plain language, describing the key terms and conditions, and based on industry agreed standards for the minimum types of information to be published for each type of financial product.*
- *Financial products with a long-term savings component – or those subject to high-pressure sales practices – should have a “cooling-off” period when the consumer may cancel the contract without penalty. For products that are sensitive to changes in interest rates or other market factors, the cooling-off period would only apply where the consumer bears any losses caused by changes in market factors.*

3. Analisi costi-benefici delle opzioni regolamentari

L'analisi che segue identifica i presumibili effetti economici che le diverse opzioni regolamentari potrebbero produrre, in termini di costi e/o di benefici, su ciascuna categoria di soggetti potenzialmente interessati dall'azione regolamentare. L'analisi delle opzioni è preceduta dalla descrizione della metodologia adottata.

3.1. Definizioni

3.1.1. Portatori di interessi

L'analisi ha considerato l'impatto con riferimento a:

- gli intermediari vigilati, destinatari diretti della regolamentazione;
- la clientela bancaria (ossia gli utenti dei servizi bancari e finanziari: risparmiatori, prenditori di fondi, fruitori di servizi di pagamento);
- l'Autorità di Vigilanza;
- il sistema economico nel suo complesso.

3.1.2. Costi della regolamentazione

Le categorie di costo considerate sono le seguenti:

- **Costi di compliance** ossia i costi necessari per rispettare la normativa. Sono i costi che gli intermediari sopportano per realizzare tutte quelle attività che non si sarebbero rese necessarie in assenza della regolamentazione. Si tratta dunque di un costo che deriva dalla necessità di adempiere alle prescrizioni normative. I costi legati ad attività che sarebbero state realizzate pur in assenza di regolamentazione sono esclusi dal computo.
- **Costi diretti** di funzionamento per la Banca d'Italia. In linea generale, si tratta di costi che non subiscono variazioni notevoli in seguito all'introduzione di specifiche misure regolamentari. Tuttavia, nei casi nei quali l'applicazione di nuove regole o l'estensione di norme esistenti a nuovi soggetti richiedano maggiori risorse, può essere opportuno procedere ad una loro valutazione più puntuale.
- **Costi indiretti.** Sono i costi, spesso senza effetti immediati in termini monetari, definibili come impatti negativi sui diversi portatori di interessi. Pur essendo definiti in modo

residuale rispetto ai costi di compliance e a quelli diretti, rappresentano una componente molto articolata e non trascurabile dei costi della regolamentazione. In alcuni casi essi possono costituire la componente di costo più rilevante. Tra i costi indiretti rivestono particolare importanza i costi opportunità (ossia i mancati ricavi) connessi con il divieto di svolgere (o limiti allo svolgimento) di determinate attività. In taluni casi, essi possono anche manifestarsi in maggiori rischi per alcuni portatori di interesse in conseguenza, ad esempio, di interventi di deregolamentazione.

Per definizione, i costi di compliance sono sostenuti dagli intermediari, quelli diretti dalle autorità di vigilanza. Tali categorie di costi possono essere ulteriormente distinte in costi *una-tantum* connessi con l'adeguamento alle nuove regole e costi ricorrenti.. Ove possibile, nella fase di quantificazione dei costi di compliance (che sarà finalizzata in base ai dati raccolti nelle fasi di consultazione) sarà anche valutato il possibile maggiore impatto dei costi sugli intermediari di minore dimensione (*small business litmus test*). **Per questa ragione, anche gli intermediari di minore dimensione, o le loro associazioni di categoria, sono invitati a fornire il proprio contributo, anche con risposte parziali, attraverso il questionario sui costi di compliance.**

I costi indiretti interessano, sebbene in forma e con manifestazioni diverse, tutti i portatori di interessi.

3.1.3. Benefici della regolamentazione

I benefici della regolamentazione sono meno facilmente riconducibili a uno schema uniforme. Nell'analisi sono considerate le seguenti categorie:

- **Riduzione dei costi di compliance o diretti.**
- **Contenimento dei costi-opportunità o dei rischi** ai quali sono sottoposti i portatori di interessi (ad esempio, nel caso degli utenti bancari, il rischio di sottoscrivere un prodotto non adatto alle proprie preferenze; per gli intermediari, i rischi di reputazione in caso di misselling) per effetto di cambiamenti del regime regolamentare.
- **Miglioramento delle caratteristiche dei mercati e/o degli intermediari** in termini ad esempio, di grado di accessibilità, di diffusione delle informazioni, di equità e sicurezza. Si tratta di valutazioni prettamente qualitative e di natura prevalentemente soggettiva, che contribuiscono tuttavia e individuare le conseguenze delle diverse opzioni.

Per l'autorità di vigilanza gli unici benefici sono rappresentati dalla contrazione dei costi diretti. Il conseguimento delle finalità generali di vigilanza non è considerato un beneficio.

3.1.4. La scala valutativa

A fini di chiarezza espositiva, per ogni opzione è presentata una valutazione qualitativa dell'impatto, espressa in termini incrementali rispetto alla situazione vigente (opzione nulla) utilizzando la scala valutativa rappresentata nella tavola seguente.

	+++	++	+	≈
COSTI	molto più elevati	più elevati	poco più elevati	sostanzialmente invariati
BENEFICI	molto più elevati	più elevati	poco più elevati	sostanzialmente invariati

La scala ha natura puramente ordinale e non consente dunque di confrontare in termini quantitativi costi e benefici né di effettuare confronti di tipo cardinale tra le diverse opzioni. Inoltre, essendo per sua natura basata su una valutazione discrezionale, essa costituisce un contributo – ma non sostituisce – il processo decisionale per la definizione della proposta di regolamentazione.

Inoltre, in presenza di effetti redistributivi tra diverse categorie di portatori di interessi, l'analisi d'impatto non può individuare l'opzione "superiore" dal punto di vista puramente economico; l'opzione "superiore" può essere indicata solo qualora essa domini tutte le altre in senso paretiano (ossia tutti i portatori di interesse migliorano la propria condizione).

Costi e benefici sono dunque grandezze speculari: una riduzione di un costo è rappresentata come un beneficio e, viceversa, eventuali riduzioni di benefici (principalmente in conseguenza di interventi di deregolamentazione) sono rappresentate come un costo. In linea di principio, dunque, è valorizzata o la colonna dei costi o quella dei benefici (la cella non valorizzata è lasciata bianca).

Poiché, peraltro, sia i costi sia i benefici possono essere costituiti da una serie eterogenea di componenti (ad esempio, per gli intermediari si possono avere sia costi di compliance sia costi indiretti), è possibile che, per lo stesso portatore di interessi, una determinata opzione regolamentare comporti sia costi sia benefici. Ad esempio, per gli intermediari, potrebbero ridursi i costi di compliance (valorizzazione della cella dei benefici), ma aumentare alcuni rischi (valorizzazione delle cella dei costi).

3.2. Opzioni e finalità della regolamentazione

La tavola seguente riepiloga le opzioni oggetto di analisi che sono state considerate nell'ambito del processo di revisione della disciplina vigente.

Il mantenimento dello status quo è sempre considerato come scenario di base (opzione 0); l'opzione di abolizione integrale di alcuni documenti di trasparenza non è considerata se ritenuta poco plausibile.

Insieme alle opzioni sono indicate le finalità generali e gli obiettivi specifici che la Banca d'Italia intende perseguire attraverso la revisione della normativa. L'assenza di regole sulla trasparenza o regole inefficaci mette a rischio – oltre alla tutela della clientela bancaria, che pure l'ordinamento assegna alla Banca d'Italia – il raggiungimento delle seguenti finalità di vigilanza perseguite dalla Banca d'Italia ai sensi dell'art. 5 del Testo Unico Bancario:

- sana e prudente gestione: in quanto conduce all'aumento del rischio di reputazione per gli intermediari e del contenzioso con la clientela;
- efficienza e competitività del sistema finanziario: in quanto aumenta il rischio che la clientela scelga prodotti bancari sulla base di informazioni scarse, troppo complesse o decettive. Inoltre, episodi, anche sporadici, di misselling riducono la fiducia nel confronti nel sistema finanziario, con possibili effetti sulla domanda. Infine, condizioni di informazione imperfetta riducono la competitività del mercato.

Avendo presente tali finalità, sono stati individuati gli obiettivi specifici da conseguire con l'azione regolamentare. Ciò ha consentito di indirizzare meglio l'attività normativa, in particolare nella fase di disegno delle opzioni regolamentari, e consentirà una più agevole verificabilità ex-post dell'azione intrapresa. In particolare, gli obiettivi specifici sono stati definiti con riferimento alle diverse fasi del rapporto tra banca e cliente, da quella precontrattuale (documento sui diritti del cliente e foglio informativo, diffusione di indicatori sintetici di costo, prevenzione del contenzioso attraverso presidi organizzativi) a quella post-contrattuale (documentazione periodica, gestione del contenzioso), passando per la fase di stipula del contratto (documento di sintesi, forma dei contratti).

OBIETTIVI SPECIFICI, FINALITÀ GENERALI E OPZIONI REGOLAMENTARI		
Obiettivi specifici	Finalità generali	Opzioni regolamentari

	sana e prudente gestione	stabilità	efficienza e competitività sistema finanziario	
Aumento della trasparenza delle condizioni contrattuali	√		√	<p>A. Documento sui diritti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 0. Documento invariato rispetto all'attuale avviso sui diritti (Sez. II, par. 2 attuale disciplina) 1. Soppressione dell'attuale avviso sui diritti 2. Eliminazione della necessità dell' attuale avviso per la generalità dei prodotti e previsione di documenti standardizzati ("Guide") specifici per i soli prodotti più diffusi presso la clientela retail 3. Mantenimento dell'obbligo di predisporre un documento contenente i principali diritti del cliente e previsione di documenti standardizzati ("Guide") specifici per i soli prodotti più diffusi presso la clientela retail come nell'opzione sub 2) (Sez. II, par. 2 nuova disciplina) <p>B. Fogli Informativi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 0. Foglio informativo invariato (Sez. II, par. 3 attuale disciplina) 1. Soppressione del foglio informativo 2. Foglio informativo: <ul style="list-style-type: none"> • standardizzato e semplificato per prodotti più diffusi presso la clientela <i>retail</i> • non standardizzato per gli altri prodotti, ma semplificato con l'esclusione delle voci meno significative (Sez. II, par. 3 nuova disciplina)
Miglioramento dell'informativa personalizzata nella fase precontrattuale	√		√	<p>C. Copia del contratto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 0. Attuale disciplina invariata (Sez. II, par. 7 attuale disciplina) 1. Soppressione della copia del contratto 2. Gratuità della consegna del contratto o del solo documento di sintesi e soppressione dell'attestazione con cui il cliente dichiara se intende avvalersi o meno del diritto in questione (Sez. II, par. 6 nuova disciplina) <p>D. Documento di sintesi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 0. Documento di sintesi invariato (Sez. II, par. 8 attuale disciplina) 1. Soppressione del documento di sintesi 2. Modifiche al documento di sintesi conformi a quelle del foglio informativo, prevedendo che esso: i) sia necessario solo per i contratti che non sono oggetto di trattativa individuale; ii) possa coincidere col foglio informativo per prodotti standardizzati (Sez. II, par. 7 nuova disciplina)
Aumento della trasparenza delle comunicazioni	√		√	<p>E. Rendiconto:</p> <ol style="list-style-type: none"> 0. Rendiconto invariato

periodiche e conclusive				1. Introduzione di un estratto conto di fine anno onnicomprensivo di tutti i costi (Sez. IV, par. 3.1 nuova disciplina) 2. Agevolazione dell'impiego di tecniche di comunicazione a distanza
				F. Documento di sintesi periodico: 0. Documento di sintesi periodico invariato (Sez. IV, par. 3 attuale disciplina) 1. Soppressione del documento di sintesi periodico 2. Eventuale semplificazione, in coerenza con le opzioni adottate per il documento di sintesi iniziale (Sez. IV, par. 3.1 nuova disciplina) 3. Agevolazione dell'impiego di tecniche di comunicazione a distanza
				G. Indicatore sintetico di costo per i conti correnti: 0. Disciplina invariata 1. Rinvio alle stime delle associazioni di categoria (es. PattiChiari ABI - "conti correnti a confronto") 2. Elaborazione di un algoritmo sulla base dell'indagine sui costi effettuata dalla Banca d'Italia da applicare a: i) tutti i clienti; ii) i consumatori (Sez. IV, par. 3.2 nuova disciplina)
				H. Conto corrente di base: 0. Disciplina invariata 1. Introduzione di un prodotto "base" o "pacchetto" standardizzato
Rafforzamento di organizzazione, procedure e controlli interni	√		√	I. Organizzazione, procedure e controlli interni 0. Disciplina invariata: nessuna disciplina specifica dell'organizzazione per i profili di trasparenza 1. Introduzione di obblighi di natura organizzativa e procedurale dedicati ai rapporti con clientela retail. Previsione di un maggior coinvolgimento della funzione di compliance (Sez. XI nuova disciplina)

3.3. La valutazione dei costi e dei benefici

In linea generale, l'analisi dell'impatto della revisione della disciplina è stata condotta tenendo conto delle seguenti categorie di costi e benefici: costi di compliance, grado di comprensibilità dei prodotti bancari, variazione dei rischi di reputazione, qualità della relazione tra banca e cliente.

Per gli **intermediari**, la trasparenza sulle caratteristiche e sui costi dei prodotti finanziari riduce i fenomeni di *misselling* e, dunque, contribuisce a contenere i rischi di reputazione e legali, nonché ad accrescere la fiducia complessiva del pubblico verso il settore finanziario. Nella misura in cui la disciplina della trasparenza comporta maggiore

accountability degli intermediari, essa agisce inoltre come incentivo al rafforzamento della *governance*. Per le banche in grado di offrire prodotti con migliore rapporto tra qualità e prezzo, infine, comunicazioni trasparenti sono anche un efficace strumento di pubblicità.

La semplificazione della normativa e un maggiore ricorso a forme di standardizzazione, soprattutto se ispirate a iniziative di autoregolamentazione, tendono inoltre a ridurre i costi di compliance. Le previsioni sul rafforzamento dei presidi organizzativi potrebbero comportare un significativo incremento dei costi di *compliance* (sia di avviamento sia ricorrenti). **Su tali aspetti, il contributo in sede di consultazione sarà particolarmente utile per la compiuta valutazione d'impatto.**

Consumatori adeguatamente informati – al corrente dei propri diritti nonché dei costi e dei rischi connessi con la sottoscrizione dei prodotti bancari – contribuiscono alla disciplina di mercato nel settore finanziario, incoraggiando la concorrenza e spingendo gli intermediari ad offrire prodotti e servizi di migliore qualità. Accompagnata da una adeguata diffusione della cultura finanziaria, la trasparenza consente infatti ai consumatori di effettuare le scelte finanziarie più coerenti con le proprie esigenze.

I costi diretti a carico della **Banca d'Italia** appaiono nel complesso contenuti. I cambiamenti della disciplina comporteranno compiti aggiuntivi per il personale coinvolto nei controlli di trasparenza, in ambito sia ispettivo sia cartolare. Tali compiti, peraltro, si integreranno pienamente nella complessiva attività di controllo ordinariamente condotta dall'Istituto.

La combinazione di efficaci presidi di tutela del consumatore, maggiore trasparenza e cultura finanziaria contribuisce allo sviluppo dei mercati finanziari in quanto aumenta il grado di fiducia che i consumatori ripongono nel settore e rende più probabile che nuovi soggetti divengano utilizzatori di prodotti finanziari. In via indiretta ciò può anche tradursi in un maggiore sviluppo dei mercati finanziari, soprattutto retail, e dunque in un beneficio per l'intero **sistema economico**.

Nella parte che segue, sono più analiticamente descritti i principali costi e benefici connessi con le diverse opzioni regolamentari illustrate. L'analisi, che ha natura prevalentemente qualitativa, ha anche beneficiato dei primi commenti raccolti durante la preconsultazione. I presumibili effetti delle singole opzioni sul sistema economico non sono stati analizzati (celle grigie nelle tavole riepilogative) in considerazione della difficoltà di pervenire ad una valutazione, sia pure qualitativa, di effetti principalmente indiretti e che tendono a manifestarsi in un orizzonte temporale molto lungo.

Le informazioni quantitative raccolte nel corso della consultazione pubblica con le imprese e le associazioni di categoria saranno utilizzate per pervenire alla valutazione definitiva.

A. Documento sui diritti

L'opzione nulla (A0) consiste nel lasciare l'avviso sui diritti invariato rispetto alla sua attuale formulazione. Tale opzione è lo scenario di base utilizzato come riferimento per le altre opzioni. Per definizione, i costi e i benefici rimangono uguali a quelli attuali.

L'opzione A1 consiste nell'eliminazione dell'avviso. Attualmente, esso è generico, ossia non riguarda i diritti connessi con uno specifico prodotto, e la sua formulazione risulta spesso eccessivamente tecnica e poco comprensibile.

A1. Documento sui diritti: Soppressione dell'attuale avviso			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati			++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Dalla sua eliminazione non emergerebbero particolari costi indiretti in termini di maggiori rischi di misselling e di reputazione per gli intermediari, né sembrano potersi immaginare peggioramenti della condizione degli utenti bancari in conseguenza della riduzione della quantità di informazioni precontrattuali. Inoltre, si potrebbe valutare se alcune delle informazioni attualmente contenute nell'attuale avviso non possano essere riportate in altri documenti di trasparenza (ad esempio, nella sezione del foglio informativo sulle principali clausole contrattuali). I costi diretti aggiuntivi per la Banca d'Italia sarebbero contenuti.

I benefici interesserebbero principalmente gli intermediari, che vedrebbero ridursi i costi di compliance; un minore numero di documenti di trasparenza giudicati poco comprensibili o inutili dalla clientela potrebbe inoltre contribuire alla riduzione dei rischi di reputazione. Anche gli utenti bancari potrebbero trarre qualche modesto beneficio dalla semplificazione della documentazione di trasparenza; tuttavia, rimane un elevato livello di incertezza circa l'effettiva entità di tale beneficio.

L'opzione A2 prevede l'eliminazione dell'attuale avviso per la generalità dei prodotti e l'introduzione di avvisi standardizzati ("Guida") specifici esclusivamente per i prodotti più diffusi presso la clientela retail.

A2. Documento sui diritti: Eliminare l'attuale avviso per la generalità dei prodotti e introdurre esclusivamente documenti standardizzati ("Guide") solo per i prodotti più diffusi presso la clientela retail			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	+	+	+
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Come nel caso dell'opzione precedente, dall'eliminazione dell'avviso per la generalità di prodotti non sembrano emergere particolari costi indiretti né per gli intermediari né per gli utenti bancari. Per gli intermediari potrebbero rilevare i costi di compliance in conseguenza della necessità di integrare e aggiornare la propria documentazione e procedere all'aggiornamento del personale addetto agli sportelli. Tali costi sarebbero comunque nel complesso contenuti, anche in relazione alla prevista standardizzazione dei documenti; peraltro, essi potrebbero essere inferiori se la Banca d'Italia – nel definire gli standard che gli intermediari devono adottare – facesse leva, per quanto possibile, sulle prassi di mercato già diffuse ovvero si decidesse di procedere alla standardizzazione in via di autoregolamentazione, nel caso di iniziative già consolidate.

I costi diretti per la Banca d'Italia sarebbero limitati.

I benefici riguarderebbero principalmente la clientela che avrebbe accesso ad una documentazione specifica per i prodotti di proprio interesse, arricchita di ulteriori informazioni (funzionamento dei principali prodotti, portabilità) che, ancorché non strettamente relative alla trasparenza, potrebbero migliorarne il livello di cultura finanziaria. Anche gli intermediari vedrebbero ridursi i rischi di reputazione connessi con documenti percepiti come troppo complessi dagli utenti e, in prospettiva, potrebbero beneficiare del minore contenzioso con la clientela. In linea di principio, un'alternativa potrebbe essere costituita dall'abolizione degli avvisi e dall'inclusione in altri documenti di trasparenza dei principali diritti dell'utente. Anche il ricorso a forme efficaci di autodisciplina potrebbe costituire una possibile opzione. In generale, l'effetto complessivo dell'introduzione delle Guide è incerto, poiché dipende da

vari fattori, non ultimo l'effettiva propensione degli utenti bancari ad utilizzarli consapevolmente. **Su tali aspetti, il contributo in sede di consultazione, particolarmente dalle associazioni dei consumatori, sarà particolarmente utile per la compiuta valutazione d'impatto.**

L'opzione A3 prevede un documento generale contenente i principali diritti del cliente standardizzato dalla Banca d'Italia al quale sarebbero affiancati documenti specifici per i prodotti retail più diffusi.

A3. Documento sui diritti: Mantenere il documento generale e prevedere avvisi standardizzati ("Guide") per i prodotti più diffusi presso la clientela retail			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	++	+	+
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

L'introduzione del documento sui diritti per la generalità di prodotti e la previsione di documenti specifici standardizzati ("Guide") comportano costi di compliance per gli intermediari superiori rispetto all'opzione A2. I costi diretti per la Banca d'Italia sarebbero limitati.

I benefici riguarderebbero gli utenti bancari che avrebbero accesso a un documento che illustri i diritti per tutti i prodotti, affiancato da avvisi specifici per quelli più diffusi; peraltro potrebbe non manifestarsi interamente l'effetto positivo connesso con la riduzione del numero dei documenti di trasparenza (associato, ad esempio, all'opzione A2). Anche in questo caso l'effettivo beneficio per gli utenti bancari dipenderà dal loro atteggiamento nei confronti di forme più chiare di informazione. **I diversi portatori di interessi, in particolare i consumatori, sono invitati a fornire indicazioni in merito ai potenziali benefici connessi con l'introduzione di un documento generale sui diritti.**

Per gli intermediari si ridurrebbero i rischi di reputazione connessi con documenti percepiti come poco complessi dagli utenti; in prospettiva, essi potrebbero inoltre beneficiare del minore contenzioso con la clientela.

B. Fogli informativi

L'opzione nulla (B0) consiste nel lasciare il foglio informativo invariato. Tale opzione è lo scenario di base utilizzato come riferimento per le altre opzioni.

L'opzione B1 consiste nell'eliminazione del foglio informativo.

B1. Foglio informativo: Soppressione del foglio informativo			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	una tantum	
Intermediari vigilati	+++		++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)	+++		
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Sebbene i fogli informativi non siano sempre considerati documenti di agevole lettura, essi sono ciononostante il principale strumento a disposizione della clientela per comprendere le caratteristiche dei prodotti bancari in termini di condizioni economiche e rischi.

La loro eliminazione comporterebbe dunque costi indiretti: per gli intermediari in termini di maggiori rischi di misselling e di reputazione; per la clientela in conseguenza del venire meno di importanti informazioni precontrattuali. I costi diretti per la Banca d'Italia sarebbero invece limitati.

I benefici interesserebbero esclusivamente gli intermediari, che vedrebbero ridursi, anche significativamente, i costi di compliance. È tuttavia ipotizzabile che gli intermediari, anche in assenza di specifiche regole di trasparenza, tenderebbero comunque a predisporre qualche documento informativo a beneficio della clientela.

L'opzione B2 prevede la standardizzazione e la semplificazione del foglio informativo per i prodotti più diffusi presso la clientela retail, mentre per gli altri prodotti non sarebbe prevista una standardizzazione, ma solamente una semplificazione del foglio informativo.

B2. Foglio informativo: Standardizzato per prodotti più diffusi presso la clientela retail; non standardizzato ma semplificato per gli altri prodotti			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	una tantum	
Intermediari vigilati	≈	+	+++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi,			+++

risparmiatori)			
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

La standardizzazione di alcuni fogli informativi, anche attraverso la previsione di criteri redazionali ai quali attenersi, comporterebbe un lieve aumento dei costi di compliance per gli intermediari in conseguenza della necessità di integrare e aggiornare la documentazione e procedere all'aggiornamento del personale addetto agli sportelli. I costi di compliance sarebbero di minore ammontare nel caso in cui si decidesse di procedere alla standardizzazione in via di autoregolamentazione (o se, nel definire gli standard che gli intermediari devono adottare, la Banca d'Italia facesse leva, per quanto possibile, sulle prassi di mercato già diffuse). I costi diretti per la Banca d'Italia sarebbero limitati.

I benefici sarebbero sostanziali per gli utenti bancari, che avrebbero accesso ad una documentazione più chiara, sintetica e redatta secondo criteri redazionali omogenei, così da rendere più agevole il confronto tra le condizioni economiche offerte dai diversi intermediari in relazione ai prodotti più diffusi. L'aumento della concorrenza stimolato dalla standardizzazione potrebbe anche contribuire al miglioramento delle condizioni di offerta e alla riduzione dei costi di alcuni prodotti bancari.

Per gli intermediari si ridurrebbero i rischi di reputazione connessi con documenti percepiti come troppo complessi dagli utenti; essi potrebbero altresì beneficiare del minore contenzioso con la clientela. Gli intermediari più efficienti trarrebbero anche benefici dalla maggiore comparabilità delle condizioni contrattuali.

L'entità dei benefici dipende ovviamente dal grado di standardizzazione che si intende perseguire. Ove possibile, interventi sull'intero foglio informativo tenderebbero a rendere più agevole la lettura del documento e ad accrescere le possibilità di comparazione tra intermediari. L'impatto della standardizzazione parziale, ad esempio limitata alle principali voci di costo, sarebbe più contenuto.

C. Copia del contratto

L'opzione nulla (C0) è rappresentata dal mantenere invariata la disciplina attuale, che prevede che il cliente possa, a proprie spese, chiedere la copia del contratto. Tale opzione è lo scenario di base utilizzato come riferimento per le altre opzioni.

L'opzione C1 prevede l'eliminazione della possibilità di richiedere la copia del contratto.

C1. Copia del contratto: Eliminare la possibilità di richiedere una copia del contratto			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	++		≈
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)	++		
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Si tratta chiaramente di un'opzione che riduce le possibilità di scelta della clientela, senza peraltro arrecare alcuna sensibile riduzione dei costi di compliance per gli intermediari. Inoltre, per questi ultimi potrebbero aumentare i rischi di reputazione e legali connessi con la mancata consegna della copia del contratto nella fase precontrattuale.

L'opzione C2 consiste nel prevedere l'obbligo per le banche di consegnare gratuitamente, su richiesta del cliente, copia del contratto.

C2. Copia del contratto: Prevedere la gratuità della consegna del contratto			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	+	≈	≈
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Nel complesso della revisione della disciplina di trasparenza si tratta di un intervento di minore impatto con riferimento sia ai costi sia ai benefici. Di fatto, posto che già attualmente la copia del contratto è resa disponibile al cliente interessato, la modifica si risolve unicamente in una redistribuzione dei costi amministrativi per la produzione della copia dal consumatore alla banca. Tale trasferimento di costi potrebbe essere più significativo nel caso di finanziamenti, che prevedono una valutazione del merito di credito del cliente. Non si possono peraltro escludere fenomeni di traslazione del relativo onere sulla clientela.

Qualche beneficio in termini di maggiore trasparenza potrebbe derivare dal fatto che un numero maggiore di clienti potrebbe essere incentivato a richiedere l'emissione gratuita della copia.

D. Documento di sintesi

L'opzione nulla (D1) è rappresentata dal mantenere invariata la disciplina attuale sul documento di sintesi. Tale opzione è lo scenario di base utilizzato come riferimento per le altre opzioni.

L'opzione D1 consiste nel sopprimere il documento di sintesi. Si tratta di un'opzione subottimale in quanto, a fronte del beneficio per gli intermediari in termini di minori costi di compliance, si riduce la possibilità per la clientela di comprendere appieno i principali contenuti del contratto e aumentano la probabilità di *misselling* e i costi di reputazione per gli intermediari.

D1. Documento di sintesi: Soppressione del documento			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	++		+
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)	++		
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

L'opzione D2 consiste nel modificare il documento di sintesi conformemente alle modifiche (semplificazione, standardizzazione di una o più sezioni, ecc.) del foglio informativo previste dall'opzione B2.

D2. Documento di sintesi: Modificare il documento di sintesi coerentemente con le modifiche al foglio informativo			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	≈	+	+++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Nel complesso, valgono le medesime valutazioni fatte in merito al foglio informativo. Gli interventi di standardizzazione potrebbero comportare un lieve aumento dei costi di compliance per gli intermediari in conseguenza della necessità di integrare e aggiornare la documentazione e procedere all'aggiornamento del personale addetto agli sportelli. I costi di compliance sarebbero di minore ammontare nel caso in cui la regolamentazione potesse ispirarsi a iniziative efficaci di autoregolamentazione. Più incerto è il possibile effetto sui costi di compliance derivante dall'introduzione dei criteri di redazione dei documenti di trasparenza. I costi diretti per la Banca d'Italia sarebbero limitati.

I benefici sarebbero rilevanti per gli utenti bancari che avrebbero accesso ad una documentazione più chiara e sintetica e che renderebbe più agevole il confronto tra le condizioni economiche offerte dai diversi intermediari in relazione ai prodotti più diffusi. Per gli intermediari si ridurrebbero i rischi di reputazione connessi con documenti percepiti come troppo complessi dagli utenti; essi potrebbero altresì beneficiare del minore contenzioso con la clientela.

Una variante consiste nella possibilità che il documento di sintesi coincida con il foglio informativo per tutti i prodotti per i quali l'offerta non preveda la possibilità di applicare al cliente condizioni personalizzate. Tale opzione avrebbe rilevanti benefici sia per la clientela, che vedrebbe ridotto il numero dei documenti di trasparenza, sia per gli intermediari, per i quali si ridurrebbero i costi di compliance.

E. Rendiconto

L'opzione nulla (E0) consiste nel lasciare la vigente disciplina sul rendiconto invariata e rappresenta lo scenario di base per la valutazione delle altre opzioni.

L'opzione E1 prevede l'introduzione di un estratto conto di fine anno che riporta tutti i costi sostenuti (cfr. anche il punto G).

E1. Rendiconto: Prevedere l'introduzione di un estratto conto di fine anno che riporta tutti i costi sostenuti			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	≈	≈	++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈

Sistema economico			
-------------------	--	--	--

Tale opzione non comporta significativi costi aggiuntivi per i diversi portatori di interessi, soprattutto se la scelta degli indicatori sintetici di costo è coerente con le prassi già diffuse presso alcuni intermediari o affidata a forme di autoregolamentazione. I benefici in termini di maggiore comprensibilità dell'informativa periodica e, dunque, di minore contenzioso sarebbero sostanziali sia per i soggetti vigilati sia per la clientela, ovviamente a condizione che l'informativa precontrattuale sia stata adeguata.

L'opzione E2, che non è alternativa ma complementare alla precedente, prevede l'introduzione di norme che agevolino l'utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza per la rendicontazione.

E2. Rendiconto: Agevolare impiego di tecniche di comunicazione a distanza			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati		+	+
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)	≈		+
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

La diffusione di tale strumento non comporterebbe costi significativi per intermediari e clientela in termini di contenzioso (poiché la scelta ultima sulla forma della rendicontazione resterebbe sempre in capo al cliente), mentre potrebbe contribuire a ridurre i costi di compliance (anche i costi una-tantum dovrebbero essere limitati in quanto molti intermediari hanno già sviluppato infrastrutture tecnologiche). L'effettiva entità dei benefici appare peraltro incerta: in effetti, l'ancora limitato utilizzo di tecniche di comunicazione a distanza potrebbe dipendere, oltre che dalla scarsa diffusione di canali di *remote banking* (vedi allegato), anche da qualche diffidenza della clientela verso tali strumenti e dall'assenza di significative iniziative da parte degli intermediari per incentivare la rendicontazione elettronica.

F. Documento di sintesi periodico

Come nel caso del documento di sintesi iniziale, l'opzione nulla consiste nel lasciare invariata la normativa vigente.

Le opzioni F1 e F2 consistono nella soppressione del documento o nella sua semplificazione coerentemente con quanto proposto per quello iniziale. Valgono pertanto le medesime considerazioni fatte per le opzioni D1 e D2.

Analogamente, per l'opzione F3 – che prevede la possibilità di fare più ampio ricorso a tecniche di comunicazione a distanza – possono applicarsi le valutazioni relative all'opzione E2.

F1. Documento di sintesi periodico: Soppressione del documento di sintesi periodico			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	++		+
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)	++		
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

F2. Documento di sintesi periodico: Semplificazione coerente con il documento di sintesi periodico			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	≈	+	+++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

F3. Documento di sintesi periodico: agevolare impiego di tecniche di comunicazione a distanza			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati		+	+
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)	≈		+
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

G. Indicatore sintetico di costo (ISC) per i conti correnti

L'opzione nulla consiste nel lasciare invariata l'attuale disciplina che non prevede né il calcolo né l'indicazione di un indicatore sintetico di costo per i conti correnti.

L'opzione G1 prevede che, ai fini della determinazione delle modalità di calcolo dell'indicatore (ISC), la normativa faccia riferimento alle iniziative di autoregolamentazione (ad esempio a quelle dell'ABI). L'opzione G2 prevede invece che l'algoritmo per il calcolo dell'ISC sia predisposto dalla Banca d'Italia.

G1. ISC C/C: Rinvia alle stime delle associazioni di categoria			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	≈	≈	+++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

G2. ISC C/C: Algoritmo Banca d'Italia			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	≈	+	+++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Entrambe le opzioni rappresentano miglioramenti delle condizioni di trasparenza che, con costi trascurabili e limitati alla fase di impianto, possono sensibilmente migliorare il livello di comprensibilità delle condizioni economiche applicate dalle banche ai conti correnti. Congiuntamente con la semplificazione del foglio informativo e del documento di sintesi, esse favoriscono il confronto tra le offerte di banche diverse e contribuiscono alla concorrenza e a scelte più consapevoli. L'opzione H1, poiché basata su iniziative di autoregolamentazione, potrebbe comportare costi di compliance lievemente inferiori, in quanto è da attendersi che le associazioni di

categoria siano in una posizione migliore per tarare gli interventi sulle caratteristiche degli associati.

Come possibili alternative potrebbe essere previsto che l'utilizzo dell'ISC sia circoscritto ai soli consumatori o esteso a tutti i clienti. In considerazione della netta prevalenza dei benefici sui costi, appare preferibile l'estensione all'intera clientela.

H. Conto corrente semplice

L'opzione nulla (H0) consiste nel lasciare invariata l'attuale disciplina che non prevede nessun tipo di standardizzazione del conto corrente.

L'opzione H1 prevede la definizione di prodotti di base, semplici e trasparenti e, dunque, adatti alle esigenze della clientela meno sofisticata, i cui costi siano predefiniti e conoscibili con certezza ex ante.

H1. Conto correnti semplici: Prodotto base "flat" o a pacchetto			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	<i>ricorrenti</i>	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	+	+	++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

L'opzione comporterebbe un aggravio dei costi di compliance per gli intermediari, che dovrebbero gestire le nuove tipologie di conto corrente. Peraltro, poiché le banche non sarebbero obbligate a offrire tali prodotti, l'entità dei costi non sembra particolarmente rilevante (e resterebbe in capo alla singola banca la valutazione circa la convenienza a offrire o meno il prodotto standardizzato).

I benefici sarebbero particolarmente rilevanti per la clientela, posto che le possibilità di scelta si arricchirebbero di prodotti semplificati e potenzialmente meno costosi di quelle già presenti sul mercato. Ne beneficerebbero anche la comparabilità delle condizioni contrattuali offerte dalle diverse banche e, in definitiva, il grado di concorrenza sul mercato dei conti correnti. Per le banche si avrebbero benefici in termini di contenimento del rischio di reputazione.

I. Organizzazione, procedure e controlli interni

L'opzione nulla (I0) consiste nel lasciare invariata la disciplina vigente, che non prevede alcun presidio organizzativo specifico in materia di trasparenza.

L'opzione I1 prevede l'introduzione di requisiti specifici in materia di procedure e controlli interni.

I1. Organizzazione, procedure e controlli interni: Introdurre obblighi di natura organizzativa			
PARTI INTERESSATE	COSTI		BENEFICI
	Ricorrenti	<i>una tantum</i>	
Intermediari vigilati	++	++	+++
Clientela bancaria (Prenditori di fondi, risparmiatori)			+++
Autorità di vigilanza	≈	≈	≈
Sistema economico			

Tra tutte le proposte di modifica della normativa vigente, si tratta di quella che comporterebbe presumibilmente maggiori costi di compliance per gli intermediari sia nella fase di avviamento sia ricorrenti. In particolare, l'introduzione di prescrizioni relative alla gestione dei reclami, allo sviluppo di procedure per la commercializzazione dei prodotti, alla formazione degli addetti allo sportello potrebbero ingenerare costi non trascurabili. D'altra parte, pur in assenza di norme specifiche sulla trasparenza, il perseguimento della sana e prudente gestione dovrebbe spingere gli intermediari a porre in essere tutte le azioni necessarie per assicurare rapporti corretti con la clientela. Pertanto, i costi di compliance potrebbero risultare più contenuti di quanto possa apparire ad una prima valutazione. **Su tale aspetto, il contributo degli intermediari sarà particolarmente utile per la quantificazione dei costi di compliance.**

Con riferimento ai benefici, specifici requisiti organizzativi in materia di trasparenza contribuirebbero a ridurre considerevolmente i rischi operativi, di reputazione e legali per gli intermediari. Inoltre, procedure snelle e veloci per dare riscontro ai reclami migliorerebbero la relazione banca-clientela, con significativi vantaggi per entrambi.

Bibliografia

Akerlof G. A. (1970), "*The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and The Market Mechanism*", Quarterly Journal of Economics, 84, 3.

Banca d'Italia (2008), *Indagine sui bilanci della famiglie*.

Earl P. (2005), "*Behavioural Economics and the Economics of Regulation*", Briefing paper prepared for the New Zealand Ministry of Economic Development.

Emons W. (2001), "*Credence goods monopolists*", International Journal of Industrial Organization, 19.

Goodhart C., P. Hartmann, D. T. Llewellyn, L. Rojas-Suarez, S. R. Weisbrod (1998), *Financial Regulation: Why, How and Where Now?*, Routledge.

Nelson P. (1970), "*Information and Consumer Behavior*", Journal of Political Economy, 78, 2.

Pacces A. (2000), "*Financial intermediation in the securities markets law and economics of conduct of business regulation*", International Review of Law and Economics, 20.

Spencer P. (2000), *The Structure and Regulation of Financial Markets*, Oxford University Press.

Waterson, M. (2003) "*The role of consumers in competition and competition policy*", International Journal of Industrial Organization, 21.

World Bank (2008), *Good Practices for Consumer Protection and Financial Literacy in Europe and Central Asia: A Diagnostic Tool*.

Appendice 1 - Il mercato dei prodotti bancari

Secondo l'indagine sui bilanci delle famiglie (Banca d'Italia, 2008), nel 2006 l'89,2 per cento delle famiglie possedeva un deposito bancario o postale. Tra le forme di deposito, il conto corrente ha la maggiore diffusione (87,7 per cento contro il 18,4 per cento del deposito a risparmio).

Con riferimento al tipo di utilizzo del conto corrente, la tendenza è quella di una progressiva sostituzione degli strumenti di pagamento tradizionali, quali il contante e gli assegni bancari, con modalità di pagamento più avanzate e flessibili, come la carta di credito, il Bancomat e gli addebiti pre-autorizzati (tav. 2). Anche l'uso delle nuove tecnologie per effettuare pagamenti e gestire i rapporti con gli intermediari va diffondendosi, rimanendo tuttavia ancora limitato a una porzione ridotta della popolazione (8,5 per cento).

Tavola 2: Possesso di carte di credito e bancomat da parte delle famiglie

(2006, % di famiglie)

CARATTERISTICHE DEL CAPOFAMIGLIA	CARTA DI CREDITO	BANCOMAT	CARTA DI CREDITO O BANCOMAT
Età			
Fino a 30 anni	30,7	70,3	73,7
31-40 anni	43,6	76,1	80,4
41-50 anni	44,8	75,2	78,8
51-65 anni	35,4	67,4	71,2
Oltre 65 anni	10,9	31,9	32,9
Titolo di studio			
Senza titolo	1,8	8,3	8,6
Licenza elementare	7,3	30,1	31,1
Media inferiore	25,4	63,6	66,4
Media superiore	51,9	81,0	85,6
Laurea	66,8	87,6	92,7
Professione			
Operaio	22,4	65,5	67,3
Impiegato	50,9	85,2	89,3
Dirigente/Direttivo	76,7	92,6	95,2
Imprenditore/Libero professionista	67,9	76,3	86,8
Altro autonomo	42,9	64,6	71,8
Pensionato	14,9	39,4	40,7
Non occupati	10,6	30,8	34,7

Fonte: Indagine sui bilanci delle famiglie (Banca d'Italia)

Il 63 per cento delle famiglie possiede una carta di pagamento: il 60 per cento è in possesso di Bancomat, il 31 per cento di carta di credito

(nell' indagine relativa al 2004 erano rispettivamente il 58 e il 29 per cento) e il 2,2 per cento di una carta prepagata. Il possesso di tali strumenti appare positivamente correlato al reddito familiare, al numero dei percettori di reddito, al titolo di studio del capofamiglia e alla dimensione del comune di residenza.

La modalità più frequente attraverso cui le famiglie percepiscono le loro entrate, è il versamento diretto in conto corrente (74,5 per cento). Il contante rappresenta una modalità tuttora molto diffusa (17,5 per cento), anche se in forte calo negli ultimi anni (nel 1995 era prossima al 34 per cento e nel 2004 al 21 per cento).

L'accredito diretto in conto corrente è più diffuso al Nord (78 cento), con 15 punti percentuali in più rispetto al Sud; risulta più utilizzato nelle grandi città, tra le famiglie con capofamiglia dotato di elevato titolo di studio e lavoratori dipendenti.

La quota delle entrate percepite sotto forma di contante caratterizza in particolare le famiglie residenti al Sud e Isole (30 per cento) e nei piccoli centri, con basso reddito o con capofamiglia dotato di modesto livello di istruzione (42 per cento). La quota assorbita dagli assegni bancari risulta più elevata per le famiglie con capofamiglia lavoratore autonomo (19 per cento).

Il numero di pagamenti effettuati su Internet dalle famiglie risulta ancora esiguo (tav. 3). Tra il 2004 e il 2006 la quota di famiglie che utilizza il canale telematico a questo fine è cresciuta di 3 punti percentuali (dal 32 al 35 per cento). Risulta aumentata anche la quota di famiglie che ha effettuato acquisti attraverso Internet (dal 7 per cento del 2004 al 9 per cento del 2006). Tra i motivi che vengono addotti dalle famiglie per il mancato ricorso a forme di acquisto via Internet, risultano prevalenti l'impossibilità di visionare i beni e il timore di frodi nei pagamenti.

Tavola 3: Uso del computer, di internet e del remote banking

(2006, % di famiglie)

CARATTERISTICHE DEL CAPOFAMIGLIA	UTILIZZO COMPUTER	POSSESSO COMPUTER	UTILIZZO INTERNET	ACQUISTI VIA INTERNET	USO SERVIZI REMOTE BANKING
Età					
Fino a 30 anni	51,8	44,7	41,0	14,0	9,2
31-40 anni	58,3	52,6	45,5	11,5	13,3
41-50 anni	65,0	60,1	52,6	13,7	14,4
51-65 anni	51,8	48,6	43,2	10,2	8,1
Oltre 65 anni	10,0	9,0	7,8	1,7	1,4
Titolo di studio					
Senza titolo	1,5	1,3	1,0	0,1	0,0
Licenza elementare	10,2	9,5	7,0	1,2	0,3
Media inferiore	41,2	37,6	29,2	5,2	4,9
Media superiore	67,8	61,1	58,2	16,1	16,2

Laurea	81,4	77,4	72,9	24,7	23,4
Professione					
Operaio	41,0	37,6	28,1	4,8	4,2
Impiegato	75,1	68,1	62,9	15,0	14,0
Dirigente/Direttivo	86,4	81,6	80,0	27,6	33,6
Imprenditore/Libero professionista	76,4	68,2	67,6	26,1	26,1
Altro autonomo	59,5	54,2	44,2	10,5	9,7
Pensionato	16,8	15,6	13,6	3,1	2,5
Non occupati	22,2	21,1	18,5	7,3	4,1

Fonte: Indagine sui bilanci delle famiglie (Banca d'Italia)

Forme evolute di comunicazione con gli intermediari finanziari come il remote banking vengono utilizzate dall'8,5 per cento delle famiglie, un valore in aumento rispetto al 5,5 per cento del 2004. Di queste, la maggioranza utilizza il collegamento attraverso Internet (87 per cento circa). L'utilizzo delle nuove tecnologie caratterizza in particolare le famiglie residenti nel Nord o nei grandi comuni, o con capofamiglia di età compresa tra i 30 e i 50 anni, dotato di elevato livello di istruzione, dirigente o imprenditore.

Per quanto concerne i rapporti con le banche, la maggioranza delle famiglie intervistate (60 per cento) utilizza il proprio intermediario principale da oltre 10 anni.