

STUDIO GHIDINI, GIRINO &amp; ASSOCIATI

I FERRI DEL MESTIERE

## Patto Bankitalia-Antitrust, banche in allerta

Che le norme sulle pratiche commerciali scorrette si applichino anche ai prodotti bancari non è una novità. Nuovo è invece ciò che emerge dal protocollo siglato fra Vigilanza e Antitrust. Fin qui i tecnicismi dei rapporti bancari e la specificità della materia hanno costituito un ostacolo di fatto a una sistematica applicazione al sistema bancario delle norme di buona condotta commerciale valide per tutti gli operatori. La questione oggi è superata da quel documento, che conferma la permanenza del duplice binario, tentando altresì di agevolare il dialogo fra vigilanza e autorità. Garante e Bankitalia creeranno un canale di comunicazione privilegiato: il primo informerà la seconda sulle istruttorie nei confronti degli intermediari in materia di pratiche scorrette, la seconda informerà il primo sulle procedure avviate per la violazione di disposizioni su trasparenza e correttezza. Il tutto impreziosito dall'apporto consulenziale derivante dai rispettivi know-how di settore: il fine tecnicismo bancario della vigilanza e la speciale sensibilità consumeristica del garante.

L'alleanza istituzionale potrebbe avere una forte ricaduta pratica, in quanto porterà d'ufficio all'attenzione di un'autorità i rilievi dell'altra. Ad esempio, se l'omissione di un indicatore di costo costituisce violazione delle regole bancarie, lo stesso comportamento, rilevato da Bankitalia, verrebbe all'istante comunicato all'Agcm, potendo con ciò subire l'ulteriore sanzione di quest'ultima. La mancata evidenza dell'indicatore ben potrebbe essere ritenuta idonea a falsare la scelta commerciale del cliente (art. 20 Codice Consumo). L'intervento dell'Agcm, peraltro, renderebbe il conto più salato. La sanzione Bankitalia sulla trasparenza costerebbe sino a circa 64 mila euro, mentre l'Antitrust potrebbe arrivare a 500 mila.

La soglia di attenzione degli operatori bancari dovrà dunque innalzarsi. In che direzione? Semplice: su tutte le azioni tali da incidere sulle scelte del cliente. In concreto ciascun intermediario dovrà sottoporre alla lente le prassi di approccio e persuasione della clientela e investire nei correttivi. La banca dovrà ad esempio: **1)** garantire un servizio di gestione reclami adeguato alla natura qualificata del servizio, che eviti comportamenti defatigatori sulla clientela. Il mancato tempestivo riscontro ad un reclamo potrebbe integrare un indebito condizionamento, tale da limitare «considerevolmente la libertà di scelta o di comportamento del consumatore medio» (art. 24 Cod. Cons.); **2)** predisporre documentazione informativa e contrattuale di semplice e chiara lettura, curata anche dal punto di vista della semplicità rappresentativa, spingendosi oltre le specifiche indicazioni tecniche di Bankitalia. Un contratto mal scritto, se pure salvato dai principi civilistici sulla interpretazione dei contratti, potrebbe essere tale infatti da «falsare... il comportamento economico del consumatore medio» (art. 20 Cod. Cons.); **3)** chiarire a grandi lettere, nelle schede prodotto, la natura facoltativa o obbligatoria di prodotti accessori, quali, ad esempio, le coperture assicurative; **4)** curare i controlli e la formazione della rete di vendita degli intermediari, al fine di garantire una qualificata informazione al cliente: informare male equivale a turbare le facoltà di scelta del cliente.

Il mondo bancario di solito recepisce con una certa lentezza le novità, ma in questo caso la sua reazione dovrà essere più tempestiva. Il sistema e l'apparato sanzionatorio sono già pronti e operanti. Mancava solo un ingranaggio di coordinamento. Ora c'è.

**Franco Estrangeros**