

Intermediazione finanziaria

# Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari: le nuove regole della Banca d'Italia

DOCUMENTO DI CONSULTAZIONE DELLA BANCA D'ITALIA 18 MARZO 2009

Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti

@ Il testo integrale della sentenza è disponibile su: [www.ipsoa.it/contratti](http://www.ipsoa.it/contratti)

(Omissis).

## 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. 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;
- si applicano alla commercializzazione attraverso tecniche di comunicazione a distanza secondo quanto previsto dalla sezione V.

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 omissi.

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.);
- le clausole contrattuali che riguardano il diritto di recesso 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).

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 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.

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 trasparen-

za 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, oltre ai fogli informativi, gli intermediari mettono a disposizione, mediante copia asportabile, un documento 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 pubblicazione delle rispettive condizioni;

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; ii) la durata minima e massima del mutuo; iii) le modalità di ammortamento; iv) la periodicità delle rate; v) il TAEG.

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 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.

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 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.

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.

#### 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:

- mutui;
- anticipazioni bancarie;
- altri finanziamenti;
- 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.

## 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.

La forma scritta non è obbligatoria per:

a) le operazioni e i servizi effettuati in esecuzione di contratti redatti per iscritto;

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;

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.

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. 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, 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.

#### 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.

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.

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.).

### 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.

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.

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. Le modalità a disposizione della clientela includono sempre la forma cartacea e quella elettronica; esse consistono, in ogni caso, in supporti durevoli.

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.

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).

### 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

lo 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 subparagrapho 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;

– 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:

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.

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.

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.

### 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. L'intermediario predispone strumenti per 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.

(*Omissis*).

## IL COMMENTO

di Paolo Carrière e Matteo Bascelli

Gli Autori del presente contributo si prefiggono di offrire al lettore una prima sintesi delle principali novità in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, alla luce della recente diffusione da parte di Banca d'Italia del «documento di consultazione» della nuova disciplina in materia, nell'attesa di conoscere l'esito delle consultazioni terminate lo scorso 17 maggio 2009.

### I principi guida della nuova disciplina sulla trasparenza bancaria

L'evoluzione normativa - spesso di derivazione comunitaria - in ambito bancario e dell'intermediazione finanziaria, la suddivisione delle funzioni di vigilanza tra diverse autorità amministrative, la nascita di nuove categorie di operatori nei suddetti ambiti economici e, non ultimo, il rapido diffondersi delle tecniche di comunicazione a distanza, ha costretto le autorità amministrative competenti (in particolare, Ministero dell'economia e delle finanze, Banca d'Italia, Comitato Interministeriale per il Credito e il Risparmio, Consob e, sino alla sua recente soppressione, Ufficio Italiano dei Cambi) ad emanare regole di comportamento sempre più «dedicate» a specifiche categorie di destinatari e/o a particolari tipologie di attività.

Alle iniziative di carattere legislativo, deve inoltre aggiungersi l'importante ruolo svolto in tale ambito dall'«autoregolamentazione» degli operatori, con l'emanazione di codici di condotta, di sistemi di composizione stragiudiziale delle controversie e, in genere, con iniziative intraprese a livello di categoria e concordate con le associazioni rappresentative dell'utenza (1).

In tale contesto, Banca d'Italia ha pubblicato in data 18 marzo 2009 il documento di consultazione che illustra (quella che dovrebbe essere) la nuova disciplina in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari (2).

Il termine per presentare osservazioni (anche mediante risposta ai quesiti posti nel medesimo documento di consultazione ai quali si farà in appresso riferimento) è scaduto lo scorso 17 maggio 2009.

Le presenti note sono intese ad offrire una prima sintesi delle principali novità in punto di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, in attesa di conoscere l'esito delle consultazioni svoltesi al fine di promuovere quell'efficace confronto con l'Autorità di vigilanza che la stessa ha caldeggiato.

In occasione della diffusione del documento di con-

sultazione Banca d'Italia ha evidenziato che le nuove regole prevedono essenzialmente la graduazione sul tipo di servizio e sulle caratteristiche della clientela cui esso è indirizzato, assieme ad una notevole semplificazione della documentazione che gli «intermediari» (3) devono predisporre e la previsione

#### Note:

(1) L'importanza dell'attività di «autoregolamentazione» è peraltro espressamente riconosciuta da Banca d'Italia, a giudizio della quale, come emergeva già dalle Premesse dei provvedimenti del 25 luglio 2003 (di cui in appresso) e continua ad essere affermato ora nel par. 1.5 della Sezione I (del documento di consultazione in esame), tali iniziative rappresentano un utile strumento che, assieme alla regolamentazione normativa, contribuisce «a definire e a diffondere modalità di comportamento funzionali al miglioramento dei rapporti con la clientela, innalzando il grado di condivisione e di effettività della normativa in tema di trasparenza».

(2) Banca d'Italia opera da subito una chiara linea di demarcazione tra i servizi disciplinati ai sensi del Testo unico bancario. e, quindi, dai propri Provvedimenti, e quelli disciplinati ai sensi del Testo unico finanziario. Rientrano nel campo di applicazione del Titolo VI T.u.b. tutte le operazioni e tutti i servizi di natura bancaria e finanziaria prestati da banche e intermediari finanziari non bancari, ad eccezione di: a) prodotti finanziari, come definiti dall'art. 1 comma 1 lett. u T.u.f. (categoria che include le obbligazioni, i certificati di deposito, ecc.); b) 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 T.u.b., almeno un'altra componente avente diversa natura (es. di investimento o assicurativa), occorre distinguere tra: a) prodotti con finalità esclusiva o prevalente di investimento: l'intero prodotto è disciplinato ai sensi del Testo unico finanziario, in quanto si tratta di un prodotto finanziario; b) 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 T.u.b. (ad es. finalità di finanziamento) ovvero, negli altri casi, alla sola componente del prodotto che rientra tra i servizi disciplinati dal Titolo VI T.u.b.

(3) Con tale termine generico ed atecnico si intendono i destinatari della disciplina in commento, ossia: a) le banche autorizzate in Italia e le banche comunitarie che operano in Italia, anche in regime di libera prestazione dei servizi, in conformità del diritto dell'Unione europea e delle relative disposizioni nazionali di recepimento; b) gli intermediari finanziari iscritti negli elenchi previsti dagli artt. 106 e 107 T.u.b., ivi inclusi i confidi; c) gli IMEL italiani e gli IMEL comunitari che operano in Italia; d) Poste Italiane S.p.A., per le attività di bancoposta di cui al d.P.R. 14 marzo 2001, n. 144 (ai quali si applicano le Sezioni da I a VII e X) e i mediatori creditizi (ai quali si applica esclusivamente la Sezione VIII) f) i cambiavalute (ai quali si applicano le disposizioni contenute nella Sezione IX). Le disposizioni contenute nella (nuova) Sezione XI si  
(segue)

di schemi standard per i prodotti «di massa» (conti correnti e mutui offerti ai «consumatori»).

L'esigenza di trasparenza riguardo ai termini economici dei prodotti e dei servizi è appalesato dalla previsione di un ampio utilizzo di indicatori sintetici di costo (anche per gli affidamenti e i conti correnti destinati alla «clientela al dettaglio», oltre che per i mutui e il credito al consumo come attualmente previsto), nonché dall'invio ai correntisti di un riepilogo di tutte le spese sostenute nel corso dell'anno, in modo da consentire di raffrontare i costi effettivamente sostenuti con quelli di analoghi prodotti presenti sul mercato.

Di notevole portata innovativa risultano altresì i principi proposti per la redazione e la presentazione dei documenti che richiedono agli intermediari di prestare particolare attenzione al linguaggio, semplice e chiaro, da utilizzare nelle comunicazioni con il cliente.

Agli intermediari si chiede di adottare altresì, sul piano organizzativo, procedure per garantire che sia prestata attenzione al cliente in ogni fase dell'attività, dall'ideazione del prodotto, alla vendita, fino alla gestione di eventuali reclami.

### **Background storico in materia di trasparenza bancaria**

La lettura del documento appalesa in modo inequivocabile lo sforzo compiuto da Banca d'Italia nell'innovare il Titolo X, Capitolo I, delle Istruzioni di Vigilanza, la cui attuale versione del luglio 2003 risulta attuazione del Titolo VI d.lgs. n. 385 del 1993 (4) e, in particolare, della delibera CICR 4 marzo 2003.

Ricordiamo che la suddetta deliberazione CICR diede origine a due distinti interventi di Banca d'Italia (5). Il primo, rappresentato dal «9° Aggiornamento del 25 luglio 2003 alla Circolare n. 229 del 21 aprile 1999. Istruzioni di vigilanza per le banche. Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari» (il «Provvedimento Banche»). Il Provvedimento Banche ha sostituito integralmente l'allora previgente disciplina contenuta nel Titolo X, Capitolo 1 della Circolare n. 229 del 21 aprile 1999. Il secondo, emanato con il «Provvedimento del Governatore del 25

sciiplina in tema di trasparenza, potrebbe sorgere in caso di operazioni (tipiche quelle di concessione di facilitazioni di credito) alle quali partecipino più banche (cosiddette «sindacate» ovvero in *pool*). La soluzione al quesito se la suddetta disciplina debba essere adempiuta dalla sola banca «agente» del *pool* ovvero da tutte le banche finanziatrici, è già stata offerta da Banca d'Italia nel Bollettino di vigilanza maggio 2004, n. 5, 13, secondo la quale, «anche al fine di evitare inutili duplicazioni, è possibile che gli adempimenti in questione siano posti in essere da uno solo degli intermediari, in qualità di mandatario, purché l'individuazione del soggetto incaricato e degli adempimenti da realizzare venga formalizzata in un contratto tra gli intermediari partecipanti al *pool*».

(4) Il d.lgs. 1° settembre 1993, n. 385 (T.u.b.) dedica l'intero Titolo VI alla disciplina della «Trasparenza delle condizioni contrattuali». A sua volta, il Titolo VI si suddivide in tre Capi rivolti, rispettivamente, il primo alle «Operazioni e servizi bancari e finanziari» (artt. 115-120), il secondo al «Credito al consumo» (artt. 121-126) ed il terzo alle «Regole generali e controllo» (artt. 127-128bis). Per un rapido inquadramento normativo, si ricorda che la finalità perseguita dal legislatore con l'elaborazione del Titolo VI T.u.b. è stata quella di coordinare e rielaborare quanto previsto dalla l. 17 febbraio 1992, n. 154 recante «Norme per la trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari» e dalla Legge «comunitaria» del 19 febbraio 1992, n. 142, il cui Capo II, Sezione I ha introdotto nell'ordinamento nazionale la disciplina del credito al consumo, recependo le direttive del Consiglio 87/102/CEE e 90/88/CEE. Approfondendo a ritroso il procedimento di inquadramento normativo, alcuni Autori hanno individuato nella l. 1° marzo 1986, n. 64 e nell'«Accordo interbancario per la pubblicità e la trasparenza delle condizioni praticate alla clientela» del 30 novembre 1988, predisposto come intesa tra le banche aderenti al medesimo e avallata dall'ABI (e, ancor prima, nell'«Accordo per la pubblicità dei tassi passivi e delle condizioni dei servizi, nonché per gli elementi da indicare negli estratti conto» promosso dall'ABI nel 1978), i primi tentativi di introdurre discipline, su base legale la prima e volontaria o di «autoregolamentazione» i secondi, volti ad assicurare ai clienti di una medesima struttura bancaria uniformità di condizioni e parità di trattamento (l. n. 64 del 1986), nonché una migliore conoscibilità delle condizioni contrattuali praticate. In tema, con ampi riferimenti bibliografici, P. Valentino, sub Art. 115 T.u.b., in AA.VV., *Commentario al testo unico delle leggi in materia bancaria e creditizia*, a cura di F. Capriglione, Padova, 1994, 580 ss.; A.M. Carriero-G. Castaldi, *Il processo di formazione della disciplina*, in AA.VV., *La Nuova legge bancaria*, a cura di P.F. Luzzi-G. Castaldi, 3, Milano, 1996, 1788 ss.; E. Capobianco, *I contratti delle banche: trasparenza ed equilibrio nei rapporti con la clientela*, in *Dir. banca merc. fin.*, Padova, 2002, 202; U. Majello, sub Artt. 115-120 T.u.b., in AA.VV., *Commento al D.Lgs. 1 settembre 1993, n. 385. Testo Unico delle leggi in materia bancaria e creditizia*, a cura di F. Belli-G. Contento-A. Patroni Griffi-M. Porzio-V. Santoro, II, Bologna, 2003, 1915; G. Lener, *Le clausole abusive nei contratti del mercato finanziario*, in *I Contratti del mercato finanziario*, a cura di E. Gabrielli-R. Lener, 1, Torino, 2004, 151 ss.; R. Razzante, *La «trasparenza bancaria» entra nell'ordinamento*, in *Le Società*, 2004, 38. Un quadro chiaro ed esaustivo in merito all'evoluzione normativa nazionale della disciplina in materia di tutela del contraente debole nell'ambito dei servizi bancari e finanziari, si può altresì leggere in G.F. Campobasso, *Servizi bancari e finanziari e tutela del contraente debole: l'esperienza italiana*, in *Banca borsa tit. cred.*, 1999, II, 562 ss. In generale, per un'approfondita analisi storica del «contratto bancario» nell'ordinamento nazionale, anche in relazione alla normativa sulla trasparenza, M. De Poli, *Il «contratto bancario» tra tutela della liquidità e trasparenza*, in *Riv. dir. civ.*, 2004, 261 ss.

(5) Nel presente contributo il riferimento alla disciplina sulla trasparenza del 2003 è volutamente effettuato utilizzando il tempo passato, in ragione della prossima adozione del nuovo impianto normativo regolamentare diffuso con il documento di consultazione in esame.

#### **Note:**

(continua nota 3)

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'art. 107 T.u.b., agli Imel italiani e alle succursali italiane di Imel comunitari. Una particolare questione in merito alla definizione dell'ambito di applicazione «soggettiva» della di-

luglio 2003 in materia di trasparenza delle operazioni e dei servizi degli intermediari finanziari» (il «Provvedimento Intermediari»). Il Provvedimento Intermediari è invece intervenuto sulla previgente normativa contenuta nella circolare 5 agosto 1996, n. 216 (6).

La distinzione tra i due provvedimenti del 2003 (con tale termine intendendosi in appresso, congiuntamente, il Provvedimento Banche e il Provvedimento Intermediari) - intuibile dai diversi titoli - era chiarita dall'allora Governatore di Banca d'Italia, il quale, nella premessa introduttiva del Provvedimento Banche, spiegava che il primo costituiva una nuova versione del Titolo X, Capitolo 1, delle Istruzioni di Vigilanza per le banche, mentre il secondo conteneva disposizioni concernenti gli intermediari indicati nel medesimo Provvedimento Intermediari, ossia gli intermediari finanziari iscritti nell'elenco generale, nell'elenco speciale e gli Istituti di Moneta Elettronica previsti dall'art. 114-bis T.u.b. (cosiddetti IMEL).

Invero, le differenze tra i due provvedimenti del 2003 (non considerando quelle necessariamente e direttamente conseguenti dalla diversità dei soggetti destinatari e degli specifici ambiti di attività nei quali essi operano) erano minime, alcune di carattere meramente espositivo, altre dovute a diversa collocazione testuale, altre dovute, verosimilmente, ad un non perfetto coordinamento redazionale; tutte, in ogni caso, tali da non preoccupare l'interprete (7).

Da quanto sopra, consegue ora (a quanto è dato di vedere) la scelta di Banca d'Italia di riunire la disciplina sulla trasparenza in un unico *corpus* organico di norme.

Nelle pagine che seguono si darà conto delle innovazioni proposte da Banca d'Italia con la nuova disciplina sulla trasparenza, al fine di verificarne i risvolti operativi e negoziali.

In un'ottica di più ampio respiro rispetto alle note tecniche che seguiranno, si cercherà di fare cenno al tema, più esteso, dei risultati ai quali siano giunte sia la disciplina speciale dettata a tutela del «consumatore» bancario e/o finanziario (ovvero del «cliente», secondo la dizione più estesa ora proposta da Banca d'Italia) prevista dal Testo unico bancario e dalle relative norme di attuazione di Banca d'Italia, da un lato, sia la disciplina generale rappresentata dal numeroso gruppo di norme dettate per la protezione del «generico» consumatore (ad esempio, a proposito della distribuzione di prodotti di altri settori come quelli mobiliare ed assicurativo, delle clausole vessatorie contenute nel codice civile agli artt. 1469-bis

ss., come sostituiti dal d.lgs. n. 206 del 2005 o «Codice del consumo», dei contratti negoziati fuori dei locali commerciali, nonché del commercio elettronico) (8), già oggetto di approfondite ed autorevoli analisi da parte della dottrina civilistica (9).

Tale riflessione costituirà lo spunto nelle considerazioni finali per verificare se, nell'ambito dell'ordinamento giuridico nazionale, sia reale e - ove si creda di dare risposta affermativa - a quale stadio si trovi quella tendenza verso il «riequilibrio delle posizioni contrattuali», che dovrebbe trovare, anche nella normativa sulla trasparenza e sull'informazione, il suo strumento di realizzazione (10).

### **Finalità sottese alla disciplina sulla trasparenza bancaria**

Le parole con le quali l'allora Governatore di Banca d'Italia, nell'ambito della premessa al Provvedimento Banche, precisava già che «la revisione organica della vigente disciplina di trasparenza è volta ad introdurre strumenti che (...) consentano di perseguire con maggiore efficacia gli obiettivi di tutela della clientela e di promozione della concorrenza», sono ribadite anche nell'impostazione della novella nel

---

#### **Note:**

(6) La disciplina contenuta nei due provvedimenti del 2003 è stata integrata, invero solo marginalmente, dalla breve nota di Banca d'Italia 18 settembre 2003, n. 218275 (Bollettino di vigilanza settembre 2003, n. 9, 11), il cui intervento risulta limitato - come si legge nel terzo capoverso della medesima nota - a dettare le modalità applicative delle nuove disposizioni per il «periodo transitorio» (1 ottobre-31 dicembre 2003), in vista, allora, dell'integrale adeguamento a queste ultime a partire dal 31 dicembre 2003. Di notevole importanza ed utilità pratica appaiono invece le precisazioni che Banca d'Italia ha ritenuto opportuno fornire nel Bollettino di vigilanza del maggio 2004, n. 5, pag. 6 ss. e nel Bollettino di vigilanza del dicembre 2004, n. 12, 6.

(7) A conferma di quanto affermato, si fa notare che i primi commentatori dei Provvedimenti del 2003 di Banca d'Italia non hanno operato alcuna distinzione nell'analisi dei medesimi. Il riferimento è a G. Alpa, *Note sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari*, in questa *Rivista*, 2003, 1045 ss., successivamente riprese, con ampia ed autorevole disamina dell'intero tema della trasparenza, da Id., *La trasparenza nei contratti bancari*, 2003, Bari, nonché da R. Razzante, *La «trasparenza bancaria»*, cit., 37 ss.

(8) A proposito del sempre più vasto quadro normativo in tema di tutela del consumatore, Banca d'Italia già affermava nei precedenti due Provvedimenti del 2003 (e continua ad affermarlo nel documento di consultazione), che nello svolgimento delle proprie attività le banche e gli intermediari devono considerare l'insieme delle discipline come un complesso regolamentare integrato di cui curarne il rispetto nella loro globalità.

(9) Da ultimo, anche per l'autorevolezza delle opinioni esposte, si segnala G. Alpa, *La trasparenza nei contratti bancari*, cit..

(10) In dottrina, tra gli ultimi ad esaminare tale tendenza, E. Capobianco, *op. cit.*, 206 e 225, nonché A. Spena, *sub Artt. 127-128*, in AA.VV., *Commento al D.Lgs. 1 settembre 1993, n. 385*, cit., 2095 ss.

cui par. 1.1 della Sezione I, si legge, in termini analoghi, che «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» (11).

Invero, una lettura attenta dei Provvedimenti del 2003, già permetteva di scorgere - affianco ed in stretta connessione alle suddette due finalità di tutela della clientela e di promozione della concorrenza - un terzo fondamentale obiettivo, rappresentato dall'«attenuazione dei rischi legali e di reputazione» ai quali il mondo bancario e finanziario è inevitabilmente esposto. Tale terzo obiettivo - ripreso senza mutamenti nella novella - costituisce senza dubbio un fattore dal quale non può prescindere l'ordinamento bancario nazionale, il quale ha consacrato a principio fondante dell'intero sistema «la sana e prudente gestione dei soggetti vigilati» (art. 5 comma 2 T.u.b.).

Alla luce delle dichiarate finalità perseguite, le innovazioni proposte da Banca d'Italia si pongono, nell'ambito dell'evoluzione della disciplina delle operazioni bancarie e finanziarie, quali ulteriori tasselli del mosaico nel quale riuscire ad individuare, al suo ideale completamento, il punto di equilibrio tra le esigenze di efficienza e stabilità del sistema bancario e finanziario in generale, da un lato, e quelle di tutela della relativa clientela, dall'altro (12).

### Principali innovazioni previste nel documento di consultazione

Come già accennato, il rinnovato sforzo di Banca d'Italia mostrato sinora nel documento di consultazione in esame è testimoniato da alcune novità che, se confermate all'esito delle consultazioni concluse, paiono di notevole interesse, anche per i risvolti di carattere applicativo.

In particolare, nel solco di quanto evidenziato da Banca d'Italia e sopra riportato, si può notare quanto di seguito riportato, limitando in questa sede l'analisi agli ambiti di innovazione di maggiore interesse ed evitando invece di ripercorrere i contenuti dei singoli strumenti di pubblicità e trasparenza, per i quali si rimanda alla lettura del documento di consultazione diffuso.

#### **a) Graduatoria sul tipo di servizio e sulle caratteristiche della clientela**

In base al «principio di proporzionalità», si diversifi-

cano gli obblighi in relazione alle diverse caratteristiche dei servizi offerti e dei relativi destinatari, i quali sono a tal fine distinti nelle categorie (in una ideale scala di diminuzione dell'esigenza di intensità di tutela) di «consumatore», ossia la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta, di «clientela (o clienti) al dettaglio», ossia i consumatori, gli enti senza finalità di lucro e le imprese con fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro e, infine, di «cliente», ossia qualsiasi soggetto, persona fisica o giuridica, che ha in essere un rapporto con-

#### Note:

(11) L'imposizione agli operatori del settore bancario e finanziario in genere di obblighi di trasparenza e di comportamenti chiari e corretti nei confronti della clientela è da tempo considerata dalla dottrina più attenta come elemento in grado di contribuire al regolare esplicarsi della concorrenza nei suddetti mercati. Tale disciplina condurrebbe, infatti, alla selezione delle imprese più efficienti, consentendo ai fruitori dei beni e dei servizi offerti di scegliere l'impresa che offra le condizioni economiche, e negoziali in genere, più immediatamente comprensibili e, attraverso la loro comparazione, giungere a quelle più vantaggiose. In tal senso, si sono espressi V. Desario, *Caratteristiche e finalità dell'azione della Banca d'Italia nella dinamica evolutiva del diritto dei contratti bancari e finanziari*, intervento del Direttore Generale della Banca d'Italia in occasione dell'inaugurazione del Corso di *Diritto civile europeo 1999-2000 - Azione Robert Schuman*, Bari 20 novembre 1999, 18 ss.; G.F. Campobasso, *op. cit.*, 574 e, più di recente, A. Plaia, *Nozione di consumatore, dinamismo concorrenziale e integrazione comunitaria del parametro di costituzionalità* (Nota a App. Roma, 24 settembre 2002), in *Foro it.*, 2003, I, 341, G. Carriero, *Nuova trasparenza bancaria, tutela del risparmiatore e prospettive di riforma del credito al consumo*, in AA.VV., *Trattato di diritto privato*, a cura di M. Bessone, Torino, 2004, 29 ss. e A. Nigro, *La tutela del risparmio e l'efficienza del sistema: il ruolo delle banche*, in *Le Società*, 2005, 321. L'analisi della disciplina a tutela del contraente debole condotta in un'ottica di mercato o «concorrenziale», può leggersi in A. Gambaro, *Perché si vessa il cliente - Note ed appunti di un itinerario tra i modelli occidentali*, in *Quadrimestre*, 1991, 386, nonché Id., *Le clausole vessatorie tra impresa e consumatore. Un viaggio nella western legal tradition*, in AA.VV., *Trasparenza e legittimità delle condizioni generali di contratto*, a cura di A. Marini-C. Stolfi, Napoli, 1992, ove l'Autore efficacemente segnala come «all'osservatore esterno può sembrare assurdo che una impresa spenda cifre considerevoli in advertising, cerchi in ogni altro modo di accreditare la propria immagine sul mercato, agisca in ogni direzione all'unico scopo di accattivarsi la preferenza del consumatore e poi al momento della conclusione del contratto gli imponga clausole ributtanti». Dello stesso Autore da ultimo citato, si segnala, A. Gambaro, *Clausole abusive e contratti per adesione*, in AA.VV., *La tutela del consumatore tra liberismo e solidarismo*, a cura di P. Stanzione, Napoli, 1999. In tema di rapporto tra concorrenza in ambito bancario e condizioni generali di contratto utilizzate dalle banche, nell'ottica del riequilibrio delle posizioni contrattuali, si veda L.C. Ubertazzi, *Concorrenza e contratti bancari: vent'anni dopo*, in *Dir. banca merc. fin.*, 2003, 353 ss.

(12) La ricerca del punto di equilibrio legislativo tra le suddette, apparentemente contrapposte, esigenze, è stata individuata essere il tema centrale delle riflessioni giuridiche in materia da G.F. Campobasso, *op. cit.*, 563.

trattuale o che intenda entrare in relazione con l'intermediario (13).

In proposito sarà interessante verificare le osservazioni pervenute dagli operatori e caldeggiate da Banca d'Italia in merito alla definizione di «cliente al dettaglio» e, in particolare, di PMI.

Solo per i «consumatori» si propone (in aggiunta a quanto scritto in appresso per i «clienti al dettaglio») la standardizzazione delle cosiddette «Guide» e del «Foglio Informativo» di alcuni servizi (contratti di conto corrente e mutui ipotecari) e la previsione dell'ISC per i conti correnti.

Solo per i «clienti al dettaglio» si propone la previsione dell'ISC per le aperture dei crediti, l'invio di un estratto conto di fine anno riepilogativo di tutte le spese sostenute e gli obblighi di natura organizzativa di cui alla (nuova) Sezione XI.

Nei confronti del «cliente» che non rientri in nessuna delle due categorie sopra indicate - esclusa da parte di Banca d'Italia l'ipotesi di un esonero totale dagli obblighi di trasparenza - questi sarebbero coincidenti con quelli generali applicabili a tutti i destinatari di servizi bancari e finanziari - salvo per quegli obblighi espressamente riferiti ai soli «consumatori» e ai soli «clienti al dettaglio» - nel caso il servizio sia oggetto di un contratto «standardizzato» del soggetto bancario. Gli obblighi di trasparenza sarebbero invece relativi unicamente ai principi generali (Sezione I), alle disposizioni sul contratto (Sezione III), alle comunicazioni periodiche e alle variazioni unilaterali delle condizioni (Sezione IV), oltretutto ai controlli (Sezione X) ed ai reclami (Sezione XI), nel caso in cui il servizio sia oggetto di un contratto frutto di trattativa individuale (14) (ovvero unilateralmente predisposto dal cliente). Resta quindi esclusa in tal caso l'applicazione dell'intera Sezione II (relativa alla pubblicità e alla informazione precontrattuale).

Con riferimento a questo specifico aspetto della disciplina in materia di trasparenza, si assiste ad una sorta di ritorno al passato da parte di Banca d'Italia. Infatti, mentre non era più rinvenibile nei provvedimenti del 2003 alcun riferimento al termine «contraenti deboli» - utilizzato nel testo delle «Istruzioni di vigilanza per le banche» precedente ai provvedimenti del 2003 - che lasciava il passo al (poche volte utilizzato) termine «consumatore» (15), nel novellato articolato diffuso da Banca d'Italia con il documento di consultazione in parola il termine «consumatore» torna con quasi assoluta predominanza rispetto alle altre categorie di clienti.

Mentre quindi i Provvedimenti del 2003 e, in particolare, le disposizioni sugli «strumenti di pubbli-

cità», risultavano a «soggetto indifferente» (16),

### Note:

(13) Non rientrano nella definizione di «cliente» i seguenti soggetti: banche; società finanziarie; IMEL; imprese di assicurazione; imprese di investimento; OICR (fondi comuni di investimento e SICAV); 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. Tutti tali soggetti già menzionati nei Provvedimenti del 2003, ai quali Banca d'Italia aggiunge ora: 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.

(14) Banca d'Italia chiarisce che la natura individuale del contratto può essere evinta dalla documentazione a disposizione dell'intermediario ovvero dal testo del contratto stesso.

(15) Il termine «consumatore» era utilizzato nei Provvedimenti del 2003 di Banca d'Italia - nell'accezione di «*persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale o professionale eventualmente svolta*» - in pochissime e specifiche occasioni, ossia con riferimento: i) all'obbligo di indicare nell'«avviso» (nel documento di consultazione del marzo 2009 denominato «Principali diritti del cliente») i diritti riconosciuti al consumatore dalla disciplina sul credito al consumo (penultimo alinea, par. 2, Sezione II); e ii) all'obbligo della banca di consegnare il «foglio informativo» preventivamente all'acquisto di prodotti complessi da parte di consumatori (terzultimo capoverso, par. 3, Sezione II). Mentre nel primo caso il richiamo al soggetto «consumatore» era reso necessario dall'ambito applicativo della disciplina in tema di credito al consumo disposto dall'art. 121 T.u.b., nel secondo caso esso pareva giustificato dall'esigenza di un ulteriore potenziamento della tutela del «cliente - consumatore», nei confronti del quale Banca d'Italia non reputava evidentemente sufficiente la disponibilità e l'asportabilità dei «fogli informativi», pretendendo la loro materiale consegna preventiva. Appariva utile, ai fini interpretativi ed applicativi dell'intero impianto normativo dato dai Provvedimenti del 2003, riflettere sulla circostanza che Banca d'Italia sembrava aver abbandonato alcune dizioni precedentemente utilizzate, che lasciavano inequivocabilmente intendere come l'obiettivo primario delle stesse fosse, in ogni caso, la «tutela del contraente debole». In particolare, l'attenuazione o la moderazione nell'affermare la suddetta finalità - a favore di un rafforzato interesse verso la solidità dell'intero sistema - si poteva scorgere dal confronto tra il contenuto delle Premesse della sezione I, capitolo 1, Titolo X delle Istruzioni di Vigilanza per le Banche nei testi dell'aprile 1999 e dell'agosto 2003.

(16) L'efficace termine è di G. Carriero, *Trasparenza delle condizioni contrattuali*, in *Dir. banca merc. fin.*, 2003, 4; Id. *Nuova trasparenza bancaria, tutela del risparmiatore e prospettive di riforma del credito al consumo*, cit., 7 e 22 ss.; Id., *Operazioni e servizi bancari. La nuova disciplina di trasparenza*, in *Impr. comm. ind.*, 2005, 81 ss.. Evidenziava la portata «universale» dei Provvedimenti di Banca d'Italia del 2003, nel senso appena visto, anche G. Alpa, *Note sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari*, cit., 1048, il quale, interrogandosi in merito all'eccessività o meno di tale previsione, propendeva, infine, per la correttezza di una simile scelta, per motivi di opportunità, di praticità e di logicità. In tal modo, infatti, a giudizio dell'Autore da ultimo citato, si consentiva, da un lato, anche al «professionista» di operare un'opportuna comparazione tra le offerte del mercato e, dall'altro, agli operatori bancari e finanziari di utilizzare moduli contrattuali predisposti ed organizzati in modo univoco, almeno quanto alla disciplina della trasparenza. Entrambi gli Autori citati, evidenziavano al contempo come la portata «soggettivamente universale» della nuova disciplina dettata da Banca d'Italia, fosse tuttavia da intendersi «oggettivamente limitata» alle operazioni ed ai servizi elencati nella Deliberazione del CICR del 4 marzo

(segue)

sempre ove, per gli «strumenti di pubblicità», si ricadesse in uno o più dei servizi e/o delle operazioni indicati nell'allegato della Deliberazione CICR del 4 marzo 2003, ovvero in quegli ulteriori servizi e/o operazioni che Banca d'Italia poteva (e potrà ancora) ritenere riconducibili alle suddette tipologie, ai sensi dell'art. 3 della citata Deliberazione (17), la novella pare meglio «calibrata» in ragione della fascia di clientela destinataria dei prodotti e dei servizi bancari e finanziari.

### **b) Semplificazione della documentazione e adozione di schemi standard**

Al fine di rendere più agevolmente ed immediatamente comparabili le offerte degli intermediari, Banca d'Italia propone una forte innovazione dei principali documenti informativi, come ad esempio, per i prodotti e i servizi maggiormente diffusi (conti correnti e mutui destinati ai «consumatori»), la previsione di cosiddette «Guide», di cui Banca d'Italia propone in allegato al documento di consultazione il modello che potrebbe essere utilizzato per i conti correnti, lasciando in ogni caso la facoltà di procedere con integrazioni che non risultino in ogni caso disomogenee rispetto a quelle proposte.

In proposito, Banca d'Italia ha sollecitato osservazioni in merito ad altri rapporti per i quali sia ritenuta utile la predisposizione di «Guide».

Sempre per i conti correnti e i mutui destinati ai «consumatori», Banca d'Italia propone la standardizzazione dei «Fogli Informativi» ad essi relativi ed ha a tal fine predisposto un «prototipo» - riportato nell'allegato al documento di consultazione - il quale si caratterizza per la immediatezza e la chiarezza dei contenuti, avanzando allo scopo addirittura la previsione di una nutrita legenda volta a migliorarne la comprensione del contenuto offrendo a tal fine la spiegazione dei termini tecnici utilizzati; è invece lasciata maggiore libertà sul punto per le altre tipologie contrattuali (18).

#### **Note:**

(continua nota 16)

2003, sulla base della considerazione che «la motivazione della più ridotta portata applicativa è verosimilmente imputabile al diverso need of protection che, in tema di pubblicità obbligatoria, caratterizza e diversifica i contratti bancari maggiormente in uso indicati nell'allegato rispetto a più sofisticate operazioni riguardo alle quali il passaggio dalla negoziazione di massa ad ambiti di trattativa presuntivamente individuale comporta il recupero dell'effettività del consenso e, come nel quarto comma dell'art. 1469-ter cod. civ., la esclusione di una tutela eteronoma» (G. Carriero, *Trasparenza delle condizioni contrattuali*, cit., 4). Analogamente, è stato affermato che «L'elenco (allegato alla Deliberazione CICR del 4 marzo 2003) riguarda le operazioni più usuali. Quelle più sofisticate sono rimesse all'intera libertà negoziale delle parti» (G. Alpa, *Note sulla trasparenza delle operazioni e dei*

*servizi bancari e finanziari*, cit., 1049). Da ultimo, nello stesso senso, M. De Poli, *op. cit.*, 290 ss.. In proposito, si rileva che le opinioni della citata dottrina, certamente condivisibili in via di principio, ponevano tuttavia l'interprete di fronte al non sempre facile compito di individuare di volta in volta se il rapporto negoziale abbia o meno ad oggetto una o più delle operazioni e/o uno o più dei servizi indicati nell'allegato alla Deliberazione CICR del 4 marzo 2003 (il riferimento è all'utilizzo di termini quali «altri finanziamenti» o «garanzie ricevute», che presentano i profili di criticità di cui si dirà nel prosieguo della presente analisi), ovvero, quand'anche identificabili, quali fossero gli indici «presuntivi» in presenza dei quali si potesse confermare l'effettivo passaggio dalla negoziazione di massa, bisognosa di protezione, a quella individuale, già sufficientemente consapevole e matura per scelte autonome. Sollecitata sul punto, Banca d'Italia è intervenuta affermando che qualora le clausole contrattuali non siano predisposte unilateralmente dall'intermediario (intendendosi per tale sia la banca che l'intermediario finanziario), costituendo invece il prodotto di una trattativa individualizzata che prescinde completamente da schemi uniformi o, addirittura, siano messe a punto dal cliente, la redazione dei fogli informativi risulterebbe priva di ogni funzione (Bollettino di vigilanza maggio 2004, n. 5, 7 ss.). I fogli informativi, infatti, sostiene Banca d'Italia, presuppongono l'offerta da parte dell'intermediario di operazioni e servizi con un livello minimo di standardizzazione degli elementi negoziali fondamentali, ad un numero potenzialmente elevato di clienti. Nella probabile consapevolezza che un'analisi condotta a posteriori volta ad accertare se un contratto sia stato o meno oggetto di trattativa individuale può non risultare sempre agevole e condurre a risultati non univoci, Banca d'Italia evidenzia l'opportunità che «la natura individuale del contratto possa essere agevolmente evitata dalla documentazione a disposizione dell'intermediario o dallo stesso testo del contratto». Mentre il primo dei suggerimenti pratici fa pensare, se non alla conservazione delle bozze o minute contrattuali scambiate tra le parti, quantomeno alla corrispondenza intervenuta nel corso della negoziazione, il secondo pare fare riferimento, più che a formali dichiarazioni unilaterali provenienti dal cliente, alla presenza nel contratto di previsioni altrimenti normalmente assenti nei testi contrattuali standard. Una conferma della difficoltà di individuare correttamente l'ambito di applicazione del *need of protection* nell'ambito dei prodotti tipicamente bancari, con particolare riguardo alla necessità di rendere disponibili ai consumatori le informazioni idonee per l'assunzione consapevole del rischio connesso all'acquisto e all'utilizzo di tali prodotti, sembra potersi evincere dai risultati di recenti analisi in tema di operazioni di copertura con prodotti derivati strutturati che numerose Pmi italiane hanno effettuato contro il rischio di rialzo dei tassi dall'anno 2000 in avanti. I risultati di tali analisi sono stati riportati in *Il Sole24Ore*, 18 agosto 2004, 1 e 3 e commentati da D. Masciandaro, *Quei derivati così immaturi*, *ivi*, 19 agosto 2004, 7 e L. Menestrina, *Derivati, conoscerli bene per utilizzarli meglio*, *ivi*, 20 agosto 2004, 27.

(17) Le novellate disposizioni in materia di pubblicità ed informazioni precontrattuali dovrebbero applicarsi ai seguenti servizi e alle seguenti 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 casette di sicurezza.

(18) In proposito si ricorda che con la Circolare ABI Prot. LG/004584 del 19 settembre 2003, l'associazione di categoria aveva diffuso una serie di schemi di Fogli Informativi su operazioni e servizi riconducibili alle categorie indicate nell'allegato alla Deliberazione CICR del 4 marzo 2003, con riferimento alle sezioni relative alle informazioni sulla banca, alle caratteristiche e rischi tipici dell'operazione o del servizio e alla legenda esplicativa delle principali nozioni contenute nei Fogli Informativi.

Anche in questo caso Banca d'Italia ha proposto di avanzare osservazioni in merito ad altri rapporti per i quali sia ritenuta utile la predisposizione di «Fogli Informativi» standardizzati.

Quanto al «Documento di Sintesi», Banca d'Italia è dell'avviso di chiarire che, pur costituendo esso il frontespizio del contratto, ne è parte integrante solo in presenza di un accordo delle parti in tal senso (19). La predisposizione di tale documento sarebbe prevista per i soli servizi commercializzati secondo schemi contrattuali uniformi (esclusi, quindi, quelli oggetto di trattativa individuale (20)). Banca d'Italia suggerisce altresì un certo livello di coordinamento tra «Foglio Informativo» e «Documento di Sintesi», prevedendo di fare riportare in quest'ultimo solo le condizioni e le clausole contenute anche nel primo, mentre per i servizi il cui «Foglio Informativo» contenga una parte standardizzata, standardizzare anche il «Documento di Sintesi». Il «Documento di Sintesi» potrebbe coincidere con il «Foglio Informativo» quando le condizioni dell'offerta non siano personalizzabili (in questo caso al contratto potrà essere unito il «Foglio Informativo») e con la sezione del contratto che riassume le condizioni economiche, se vi sia un accordo delle parti in tal senso.

### **b.1) Consegna del contratto**

Quanto alla consegna del contratto al cliente prima della firma del medesimo, Banca d'Italia innova proponendo la gratuità della consegna (a fronte dell'attuale rimborso spese previsto) (21) e la soppressione dell'attestazione con la quale il cliente dichiara in calce al contratto se intenda o meno avvalersi del diritto in questione (oramai divenuta clausola di stile), sostituendo tale onere con l'adozione di idonee procedure interne dedicate agli addetti alla vendita.

### **b.2) Il «conto corrente semplice»**

Banca d'Italia ipotizza altresì la standardizzazione di alcuni prodotti e relativi schemi di contratto (ai sensi dell'art. 117, comma 8, T.u.b.), come il «conto corrente semplice» per l'effettuazione di operazioni base ed una tariffazione estremamente chiara. L'offerta di un simile prodotto non sarebbe comunque imposta alle banche, ma, se adottato, dovrà avere tutte le caratteristiche che saranno eventualmente stabilite da Banca d'Italia.

In merito all'effettiva utilità di tale prodotto Banca d'Italia ha sollecitato osservazioni e, in caso di riscontro positivo, anche indicazioni in merito ai servizi che dovrebbero esservi inclusi e alle modalità di tariffazione.

### **c) Utilizzo di ISC**

L'ISC sarebbe previsto anche per i conti correnti destinati ai «consumatori», ai quali offrire altresì la possibilità di accedere ad algoritmi di calcolo resi disponibili sul sito della banca o presso altri siti *web*, al fine di consentire l'elaborazione di ISC personalizzati, lasciando invece nei «Fogli Informativi» e nei «Documenti di Sintesi» ISC riferiti a profili di utilizzo tipo (con «operatività» bassa, media e alta, determinata sulla scorta del numero di operazioni effettuate per rapporti di conto corrente privi di fido, come individuato nel modello di Foglio Informativo riportato nell'allegato 3 al documento di consultazione) l'indicazione di valori di ISC elaborati sulla base di dati raccolti con le ultime indagini sui costi dei conti correnti.

Anche in questo caso Banca d'Italia ha ritenuto chiedere di ricevere osservazioni in merito a possibili diverse «profilazioni».

L'ISC sarebbe altresì previsto per le aperture di credito offerte alla «clientela al dettaglio», per le quali, in ragione della complessità di voci che lo determinano, ne sarebbe consentito il calcolo sulla base di esemplificazioni proposte dalla stessa Banca d'Italia e da indicare nei Fogli informativi e nei Documenti di sintesi. Anche in questo caso Banca d'Italia è dell'opinione di offrire ai clienti l'accesso ad algoritmi di calcolo in internet.

Secondo Banca d'Italia potrebbe essere migliorata la

#### **Note:**

(19) Banca d'Italia ha così l'opportunità di ribadire sul punto quanto già chiarito con il Bollettino di vigilanza maggio 2004, n. 5. Dalla volontà delle parti espressa in merito alla «integrazione» del Documento di Sintesi nel contratto conseguirebbero, in caso di discrepanze tra il contenuto dello stesso ed il contenuto del contratto, effetti assai diversi. Infatti, nell'ipotesi di «non integrazione» si dovrebbe riconoscere prevalenza al testo del contratto, in quanto unico e solo «contenitore» della volontà espressa tra le parti, rappresentando il Documento di Sintesi un atto a sé stante confezionato per mere esigenze «informative» e non anche «interpretative», alla stregua di un indice o sommario dettagliati. Nell'ipotesi di «integrazione» i due documenti, costituendo assieme il *corpus* negoziale, dovrebbero essere invece interpretati l'uno per mezzo dell'altro, secondo i consueti canoni ermeneutici.

(20) Si fa notare che sul punto Banca d'Italia pare mutare il proprio orientamento espresso allorché non ribadì la superfluità del Documento di Sintesi per i contratti oggetto di trattativa individuale, come era stato chiarito invece per il Foglio Informativo nel Bollettino di vigilanza maggio 2004, n. 5.

(21) Criticava la scelta normativa di poter subordinare la consegna della copia completa del contratto al pagamento di un rimborso spese, R. Razzante, *La «trasparenza bancaria»*, cit., 39, secondo il quale l'applicazione di tale costo avrebbe vanificato l'efficacia stessa della previsione. Sul punto concordava V. Farina, *Brevi riflessioni sulla nuova disciplina della trasparenza bancaria*, in *Contratto e impresa*, 2004, 864 ss.

modalità di calcolo dell'ISC per i finanziamenti non regolati in conto corrente, sostituendo al contempo per questi prodotti l'acronimo ISC, al fine di evitare confusioni terminologiche, con «TAEG».

### **d) Riepilogo spese (comunicazioni periodiche)**

Banca d'Italia non ritiene opportuno modificare profondamente l'attuale disciplina relativa all'invio delle comunicazioni periodiche, ma propone comunque alcune innovazioni relative alla previsione di fornire alla «clientela al dettaglio» un riepilogo delle spese sostenute nel corso dell'anno, da inviare assieme all'estratto conto di fine anno, alla semplificazione del «Documento di Sintesi» nei termini sopra riferiti e alla possibilità per il cliente di scegliere al momento della firma del contratto, se ricevere tali comunicazioni periodiche in via telematica o cartacea, con evidenza della differenza dei rispettivi costi da sostenere.

Banca d'Italia ha in proposito invitato gli operatori ad esprimere preferenza per mantenere l'invio su base almeno annuale del documento di sintesi («semplificato»), 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.

### **e) Principi per la redazione e presentazione dei documenti**

È forse questo l'elemento di maggiore impatto (almeno *ictu oculi*) offerto dalle novità proposte da Banca d'Italia in materia di trasparenza.

Banca d'Italia, infatti, è consapevole della circostanza che la documentazione sino ad oggi elaborata dagli intermediari, per quanto completa e rispettosa delle disposizioni normative in materia, risulta però al pubblico spesso difficile da comprendere, anche per gli inevitabili tecnicismi propri dei prodotti e dei servizi bancari e finanziari.

L'Autorità di vigilanza propone allora con forza l'adozione di standard minimi e generali di redazione relativi all'impaginazione e alla struttura dei documenti, nonché alle scelte sintattiche e lessicali (utilizzo di frasi semplici e brevi, preferenza per le forme attive rispetto a quelle passive, espressione del soggetto, ricorso al modo indicativo invece che al congiuntivo, indicazione dei riferimenti normativi a fine frase e tra parentesi, ricorso a parole di uso comune, etc.), evidenziando che il rispetto di tali criteri minimi costituirà oggetto di particolare attenzione nell'ambito dei controlli.

Al fine di agevolare gli intermediari e garantire ai

documenti elevati standard di comprensibilità, Banca d'Italia propone in allegato al documento di consultazione alcuni modelli dei principali documenti informativi, redatti avvalendosi della collaborazione di esperti di comunicazione.

### **Tecniche di comunicazione a distanza**

All'impiego delle tecniche di comunicazione a distanza Banca d'Italia offre ora lo spazio organico della nuova Sezione V, ad esse interamente dedicata, rispetto alla precedente disciplina sul punto sinora ospitata in modo sporadico in diverse Sezioni dei Provvedimenti del 2003.

I punti di maggiore innovazione paiono consistere nello sforzo di Banca d'Italia nel definire l'ambito di applicazione della disciplina sull'informativa precontrattuale e sulle comunicazioni non richieste (per entrambi gli aspetti definita nella stessa nuova Sezione V) alle offerte effettuate tramite tecniche di comunicazione a distanza.

A tale fine Banca d'Italia esplicita le condizioni al ricorrere delle quali si ritiene che l'attività sia svolta in Italia ai sensi dell'art. 115 T.u.b. (22) ed i criteri che consentono invece di ritenere che l'offerta non sia rivolta a soggetti residenti o aventi sede in Italia (23).

Chiara risulta altresì la volontà dell'Autorità di vigilanza di distinguere la disciplina in parola tra il caso

#### **Note:**

(22) Lo sforzo compiuto da Banca d'Italia a proposito dell'individuazione «territoriale» dell'offerta ricorda da vicino quanto già affrontato da Consob nelle «comunicazioni» emesse nel tentativo di specificare i criteri «territoriali» in base ai quali sottoporre taluni servizi di investimento alle regole di comportamento dettate dalla disciplina italiana in materia (tra le altre, Comunicazione n. DIN/1045111 del 6 giugno 2001). Secondo Banca d'Italia l'offerta tramite *internet* di servizi bancari e finanziari configura una attività svolta in Italia ai sensi dell'art. 115 T.u.b. 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. A tale fine, Banca d'Italia indica i criteri dalla stessa presa in considerazione per verificare se l'offerta è rivolta a 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 sempre un'attività svolta in Italia quando i destinatari sono residenti o hanno sede in Italia.

(23) L'offerta non si considera invece rivolta a soggetti residenti o aventi sede in Italia quando: a) nel sito è posto in evidenza che l'offerta è diretta soltanto a soggetti residenti o aventi sede in Stati diversi dall'Italia; b) l'intermediario utilizza procedure informatiche idonee a rifiutare ogni adesione o richiesta proveniente da controparti residenti o aventi sede in Italia; c) l'intermediario rifiuta effettivamente ogni adesione o richiesta proveniente da soggetti residenti o aventi sede in Italia.

in cui gli «intermediari» intrattengano rapporti con «consumatori» e quello in cui i rapporti siano con soggetti diversi dai consumatori.

Appare infine affermata la previsione dell'obbligo di pubblicazione su internet dei «Fogli informativi» dei servizi offerti in tutti i casi in cui gli intermediari abbiano un sito *web*, e ribadita l'affermazione che anche alle comunicazioni non richieste effettuate dagli «intermediari» questi debbano ottemperare agli obblighi posti dalla disciplina in materia di protezione dei dati personali (d.lgs. n. 196 del 2003 o «codice *privacy*»), come peraltro già ribadito dall'art. 67-*sexies decies* cod. consumo (24).

### **Requisiti organizzativi: la gestione dei reclami**

È stata altresì introdotta *ex novo* la Sezione XI rubricata «Requisiti organizzativi» (25), nella consapevolezza espressa da Banca d'Italia che il rispetto della disciplina sulla trasparenza delle condizioni contrattuali, 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.

V'è da segnalare che la Sezione XI si applica soltanto quando le attività aventi ad oggetto le operazioni ed i servizi di cui al Titolo VI T.u.b. sono svolte nei confronti della «clientela al dettaglio», salvo per la disciplina dei reclami che torna invece ad applicarsi a tutti i «clienti».

In questa nuova Sezione - dalla quale a giudizio di Banca d'Italia potrebbero conseguire i maggiori costi di *compliance* (26) - l'Autorità di vigilanza non fornisce linee guida applicative, ma piuttosto espone principi di carattere generale che riguardano i vari momenti attraverso i quali il rapporto negoziale si sviluppa.

Quanto al momento «genetico» del prodotto o del servizio, viene chiesto agli intermediari di predisporre

#### **Note:**

(24) Pare opportuno ricordare che le banche e gli intermediari finanziari hanno l'obbligo - nel porre in essere attività quale quella degli annunci pubblicitari - di agire nel rispetto di quanto prescritto non solo dal T.u.b. e dalle Istruzioni di Vigilanza di Banca d'Italia, ma anche ai sempre più numerosi provvedimenti adottati dal «Garante per la protezione dei dati personali» relativamente all'operatività delle banche e degli intermediari finanziari. In particolare, con Provvedimento del 17 aprile 2002, il Garante ha stabilito che la banca che invia materiale pubblicitario, nonostante la volontà contraria del cliente, viola la disciplina normativa dettata in tema di protezione dei dati personali, al momento dell'emissione del provvedimento contenuta principalmente nella l.

31 dicembre 1996, n. 675, ed oggi sostituita integralmente dal d.lgs. 30 giugno 2003, n. 196 recante il «Codice in materia di protezione dei dati personali» (Newsletter 20-26 maggio 2002, 1; per il testo integrale del Provvedimento citato, si veda il Bollettino aprile 2002, anno VI, n. 27, 9). Il provvedimento del Garante suscita interesse, in particolare, per le modalità di redazione degli «annunci pubblicitari» e delle «informazioni periodiche alla clientela», in quanto, nella suddetta occasione, la banca ha invano giustificato il proprio comportamento sostenendo che il materiale inviato al cliente aveva carattere informativo-didattico, necessario per far conoscere alla clientela le procedure connesse all'introduzione dell'euro, nonché i connessi effetti sui rapporti negoziali in corso. Nonostante tale difesa, la presenza nelle medesime comunicazioni anche di «messaggi promozionali», ha indotto il Garante a ritenere prevalente la volontà del cliente di non ricevere informazioni commerciali, da quest'ultimo espressa nell'ambito della richiesta di consenso formulata dalla banca ai sensi degli artt. 12 e 20 l. n. 675 del 1996. Ne consegue implicitamente che banche ed intermediari dovranno tenere ben distinti i diversi strumenti di trasparenza e di pubblicità, senza possibilità di utilizzare l'invio delle «comunicazioni periodiche» obbligatorie per legge anche al fine di far giungere al cliente «annunci pubblicitari» relativi a nuovi prodotti o servizi. Sempre da parte del Garante *privacy* si segnala l'interessante e più recente Provvedimento del 6 novembre 2008 emesso in occasione di un ricorso presentato avanti la medesima Autorità da un correntista che si era visto negare dalla propria banca la comunicazione dei dati personali che lo riguardavano e relativi ai contratti di conto corrente in essere, nonché i dati personali contenuti nei relativi estratti conto. Il ricorso è stato deciso dal Garante *privacy* a favore del correntista in punto di «gratuità» nell'accesso ai dati personali, sulla base del principio che «contrariamente a quanto sostenuto dalla banca resistente e come più volte ricordato da questa Autorità, il solo esercizio del diritto di accesso a specifici dati personali, se fatto valere con il ricorso proposto ai sensi dell'art. 145 del Codice, deve essere garantito gratuitamente e non può essere condizionato, per quanto attiene alle modalità di esercizio, a quanto statuito, ad altri fini, dal testo unico in materia bancaria (d.lgs. 1° settembre 1993, n. 385) in riferimento al distinto diritto del cliente di ottenere, in termini onerosi, copia di interi atti e documenti bancari». Il Garante *privacy* opera quindi una sottile distinzione in merito alla possibilità da parte delle banche di richiedere rimborsi spese al cliente, tra: i) da un lato, la richiesta che dovesse pervenire al «titolare del trattamento» (banca o intermediario finanziario) dal «soggetto interessato» (il cliente) ai sensi dell'art. 119, comma 4 T.u.b. e della Sezione IV, par. 4 del documento di consultazione (che peraltro in nulla modifica quanto disponeva sul punto il Provvedimento Banche del 2003), ed avente ad oggetto la «copia della documentazione inerente a singole operazioni poste in essere negli ultimi dieci anni» per ottenere la quale gli intermediari possono indicare al cliente al momento della richiesta un presumibile importo delle relative spese; ii) dall'altro lato, la richiesta che dovesse intercorrere tra i medesimi soggetti, ma ai sensi dell'art. 10 d.lgs. n. 196 del 2003, ed avente ad oggetto «i dati personali che riguardano l'interessato comunque trattati dal titolare», il cui accoglimento non può invece essere subordinato al pagamento di somme. La sola ipotesi di «contributo spese» prevista nella disciplina *privacy* è menzionata dall'art. 10 comma 7 d.lgs. n. 196 del 2003, il quale stabilisce che quando, a seguito della richiesta di accesso ai dati personali, non risulta confermata l'esistenza di dati che riguardano l'interessato, può essere chiesto un contributo spese non eccedente i costi effettivamente sopportati per la ricerca effettuata.

25 Per il testo di questa Sezione, v. la versione integrale del provvedimento in esame su [www.ipsoa.it/vicontratti](http://www.ipsoa.it/vicontratti).

(26) In ossequio a quanto previsto dall'art. 23 l. 28 dicembre 2005, n. 262, Banca d'Italia accompagna al documento di consultazione una relazione che illustra le conseguenze derivanti dalla proposta di regolamentazione in termini di costi di *compliance*, grado di comprensibilità dei prodotti e servizi bancari, attenuazione dei rischi di reputazione e qualità della relazione banca-cliente.

procedure che verifichino che questi siano comprensibili in termini di struttura, caratteristiche e rischi. Nel momento della proposta e della contestuale (o successiva) commercializzazione del prodotto o servizio, gli intermediari sono invitati ad astenersi dall'utilizzo di tecniche idonee a indurre il cliente a selezionare prodotti manifestamente inadatti, nonché ad evitare politiche di remunerazione della rete di vendita che potrebbero incentivare episodi di *mis-selling*. Infine, nel momento successivo alla vendita, particolare attenzione dovrà essere prestata con riferimento alle richieste che possano provenire dalla clientela, alla consegna di copia del contratto aggiornato (ove sottoposto a modifiche unilaterali), alla restituzione di somme eventualmente indebitamente addebitate, alla gestione dei reclami che garantiscano ai clienti risposte sollecite ed esaurienti. A questo ultimo aspetto (gestione dei reclami), Banca d'Italia attribuisce una notevole importanza confidando, attraverso di essa, nella riduzione del contenzioso e della conflittualità con la clientela.

I capisaldi di una efficiente gestione dei reclami sono rappresentati, secondo Banca d'Italia, da una serie di elementi quali l'individuazione di un responsabile e/o di un ufficio, indipendenti rispetto alle funzioni commerciali e alla gestione dei rapporti con i clienti, la possibilità di inoltrare i reclami da parte della clientela e di risposta da parte degli intermediari sia attraverso la posta ordinaria che attraverso la posta elettronica, la gratuità per il cliente dell'interazione con il personale preposto alla gestione dei reclami, 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 e, infine, le forme di pubblicità, su base annuale, dell'attività di gestione dei reclami.

Le risposte degli intermediari dovrebbero a loro volta contenere almeno, ove il reclamo sia ritenuto fondato, le iniziative che l'intermediario si impegna ad assumere e i tempi entro i quali le stesse verranno realizzate, ove, invece, il reclamo sia 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'art. 128-bis T.u.b. e della deliberazione del CICR 29 luglio 2008, n. 275 ovvero altre forme di soluzione stragiudiziale delle controversie (27).

### Considerazioni conclusive

L'esposizione di natura tecnica che precede, lascia

ancora spazio ad alcune brevi considerazioni di più ampio respiro.

È stato già scritto che attenta dottrina si è soffermata ad esaminare, nell'ambito dell'ordinamento giuridico nazionale e, in particolare, nel contesto della normativa sulla trasparenza e sull'informazione contrattuale, quale sia il rapporto tra questa e la tendenza verso il «riequilibrio delle posizioni contrattuali» alla quale la normativa sulle clausole vessatorie o abusive e, in generale, la disciplina a tutela dei consumatori, sembrerebbe «aspirare».

Sintetizzando, si potrebbe dire che la conclusione di tale complessa analisi è stata, anche di recente, nel senso di riconoscere che l'evoluzione legislativa, nonché quella giurisprudenziale, soprattutto in materia bancaria, mostra una crescente e decisa volontà del sistema di intervenire a mo' di elemento esogeno nel campo dell'autonomia negoziale, al fine di offrire al contraente debole l'unica possibilità di sfuggire alla vessatorietà di talune clausole contrattuali (28).

### Note:

(27) A tale proposito si fa presente che sempre in data 18 marzo 2009, Banca d'Italia ha diffuso un ulteriore documento di consultazione sui sistemi di risoluzione stragiudiziale delle controversie che possono insorgere tra banche o intermediari finanziari e la propria clientela relativamente ad operazioni e servizi bancari e finanziari disciplinati dal T.u.b. La disciplina è tesa ad assicurare ai clienti uno strumento agevole ed economico per far valere i loro diritti e rappresenta il complemento necessario alle innovazioni che Banca d'Italia intende introdurre con la nuova disciplina in materia di trasparenza in esame. In estrema sintesi, si prevede la costituzione di tre collegi giudicanti con sede a Milano, Roma e Napoli, ciascuno formato da cinque componenti nominati dalla Banca d'Italia. Ciascun collegio sarà affiancato da una segreteria tecnica di Banca d'Italia ed un'apposita struttura presso l'Amministrazione centrale di Banca d'Italia svolgerà compiti di coordinamento delle segreterie tecniche e di informazione pubblica sull'attività dei collegi. È altresì prevista l'istituzione di un archivio delle decisioni rese, consultabile *on-line*.

(28) L'analisi di tale evoluzione legislativa può essere letta in E. Capobianco, *op. cit.*, 2006. A proposito dell'evoluzione giurisprudenziale in punto di «riequilibrio» delle condizioni contrattuali, oltre alle numerose pronunce in tema di anatocismo (ad iniziare da quelle «storiche» rese nel corso del 1999: Cass. n. 2374 del 1999; Cass. n. 3096 del 1999; Cass. n. 12507 del 1999, che indussero il legislatore alla modifica dell'art. 120 T.u.b.), si segnalano le sentenze che hanno accertato la vessatorietà ed hanno conseguentemente inibito l'utilizzo di numerose disposizioni contenute nelle condizioni generali di contratto predisposte dall'ABI. Il riferimento è, tra le altre, alla sentenza del Trib. Roma, 21 gennaio 2000, *cit.*, e alla successiva sentenza App. Roma, 24 settembre 2002, in *Foro it.*, 2003, I, 341. La circostanza che l'«evoluzione del quadro normativo - impressa dalla giurisprudenza e dalla legislazione in direzione della valorizzazione della buona fede come clausola di protezione del contraente più debole, della tutela specifica del consumatore, della garanzia della trasparenza bancaria, della disciplina dell'usura - ha innegabilmente avuto il suo peso nel determinare la ribellione del cliente ... relativamente a prassi negoziali, come quella di capitalizzazione trimestrale degli interessi dovuti alle banche, risolvendosi in una non più tollerabile sperequazione di trattamento imposta dal

(segue)

Si è tuttavia al contempo riconosciuto che l'obiettivo del riequilibrio delle posizioni contrattuali è proprio della normativa in tema di clausole abusive e non invece della disciplina - come quella contenuta nel Titolo VI T.u.b - che impone la trasparenza e la piena conoscibilità al contraente non predisponente delle condizioni contrattuali applicate al rapporto negoziale del quale quest'ultimo è parte (29).

Le opinioni della dottrina da ultimo richiamata appaiono invero confermate dalle parole stesse utilizzate nelle premesse della Deliberazione CICR del 4 marzo 2003, dei Provvedimenti di Banca d'Italia del 2003 e della prospettata novella della disciplina sulla trasparenza bancaria, che manifestano inequivocabilmente come le disposizioni ivi contenute siano volte ad assicurare che alla clientela sia fornita un'informazione chiara ed esauriente sulle condizioni e sulle caratteristiche delle operazioni e dei servizi offerti.

Pur condividendosi le opinioni che guardano alla disciplina sulla trasparenza e a quella sulle clausole abusive come a due sistemi distinti, deve tuttavia riconoscersi che il potenziamento della prima e, quindi, l'innalzamento della qualità delle informazioni di cui il cliente può disporre nelle varie fasi negoziali, rappresenta anch'esso strumento attraverso il quale tendere al riequilibrio e, se si vuole, al riavvicinamento delle posizioni contrattuali. Certamente, infatti, la trasparenza delle condizioni contrattuali non avrà e non potrà mai avere da sola l'effetto di annullare lo squilibrio determinato dalla predisposizione di clausole vessatorie, attraverso l'eliminazione di queste ultime dal corpo contrattuale.

Non sembra tuttavia che, sgombrato il campo dalle clausole più «pericolose» per il soggetto non predisponente delle stesse, l'equilibrio delle parti sia per ciò solo ristabilito, rimanendo al contrario ed ovviamente rimessi all'autonomia delle parti ampi spazi di contrattazione. In questo ambito di autonomia, solo un'adeguata disciplina della trasparenza può completare l'opera di riequilibrio al quale la regolamentazione normativa in tema di clausole abusive ha dato inizio. Conferma dell'opinione espressa sembra potersi trovare nella stessa giurisprudenza e nella dottrina sopra citate che hanno individuato «nell'equivocità e non trasparenza» di alcune clausole oggetto di censura, la «fonte di squilibrio tra le parti e di iniquità sostanziale», motivo di aggravamento dell'asimmetria informativa già presente nei contratti per adesione (30).

Come risulta chiaro dall'esame sinora condotto, la deliberazione del CICR del 4 marzo 2003, i Provvedimenti di Banca d'Italia del 2003, così come la conferma offerta dalla prospettata novella, hanno potenziato sensibilmente la disciplina in materia di traspa-

renza, prevedendo espressamente che i Fogli Informativi indichino assieme alle condizioni economiche, anche le clausole contrattuali che regolano l'operazione o il servizio. Pare così ricucito lo «strappo» tra la normativa generale e la normativa speciale in tema di pubblicità delle clausole contrattuali, creato dall'art. 116 T.u.b., il quale, secondo l'interpretazione dottrina pressoché unanime, ha sinora imposto l'obbligo di pubblicità soltanto con riferimento alle condizioni economiche (tali essendo sicuramente «i tassi di interesse, i prezzi, le spese per le comunicazioni alla clientela e ogni altra condizione economica relativa alle operazioni e ai servizi offerti» cui fa riferimento il comma 1 dell'art. 116 T.u.b.).

Gli «sprazzi in punto di equilibrio» colti da alcuna dottrina con esclusivo riferimento alla disciplina sul credito al consumo (31), sembrerebbero potersi cogliere ora anche con riferimento agli altri servizi ed

## Note:

(continua nota 28)

*contraente forte in danno della controparte più debole* è chiaramente evidenziata nella sentenza Cass. n. 21095 del 2004 intervenuta con una pronuncia a sezioni unite, ai sensi dell'art. 374 comma 2 c.p.c., sull'annoso tema dell'anatocismo.

(29) A. Spina, *op. cit.*, 2095, anche per gli ampi riferimenti bibliografici alla dottrina orientata in tal senso. Si segnala che le conclusioni della dottrina citata conducono lo stesso Autore ad offrire soluzione negativa alla questione circa la rilevanza d'ufficio della nullità relativa sancita dall'art. 127 comma 2 T.u.b. Infatti, essendo il fine del riequilibrio estraneo al Titolo VI del TUB, la violazione delle norme in esso contenute potrebbero non determinare un pregiudizio per il cliente, al quale solo sarebbe quindi rimessa la scelta se attivare o meno il sistema di protezione previsto a suo vantaggio.

(30) Si sofferma sul rapporto tra trasparenza e squilibrio nelle clausole vessatorie, sottolineando acutamente, tra l'altro, il rischio che «della mancata e/o insufficiente trasparenza si tenda a fere un facile sostituto di quel «significativo squilibrio» al quale il legislatore comunitario, e poi quello nostro, hanno affidato le sorti del giudizio di vessatorietà», A. Di Majo, *Trasparenza e squilibrio nelle clausole vessatorie*, in *Corr. giur.*, 2000, 527. Sul rapporto tra asimmetria informativa ed esigenza di riequilibrio del regolamento contrattuale dei servizi bancari si sofferma altresì, G.F. Campobasso, *op. cit.*, 562 ss. e, più di recente, G.L. Greco, *Le società finanziarie*, a cura di V. Santoro, in *Il diritto privato oggi*, Milano, 2000, 35 ss., A. Palmieri-P. Laghezza, *Consumatori e clausole abusive: l'aggregazione fa la forza*, in *Foro It.*, 2000, I, 2045 ss. e A. Plaia, *op. cit.*, 343. Sul ruolo fondamentale della clausola di buona fede idonea a «recuperare coerenza e uniformità di giudizio in presenza di nuovi e diversi obblighi informativi nelle varie fasi del contratto», si esprime G. Vettori, *Le asimmetrie informative fra regole di validità e regole di responsabilità*, in *Riv. dir. priv.*, 2003, 252 ss.; concordemente, G. Carriero, *Operazioni e servizi bancari. La nuova disciplina di trasparenza*, in *Impr. comm. ind.*, 2005, 86 ss.. La finalità consistente nel riequilibrio della «situazione di partenza di asimmetria informativa fra le parti» sottesa ai precetti normativi relativi alla forma obbligatoria di alcuni tipi di contratti e alla trasparenza delle condizioni contrattuali, è evidenziata da F. Macario, *Autorità indipendenti, regolazione del mercato e controllo di vessatorietà delle condizioni contrattuali*, in *Riv. dir. priv.*, 2003, 312.

(31) L'espressione è di A.A. Dolmetta, *Normativa di trasparenza e ruolo della Banca d'Italia*, in *Dir. banca merc. fin.*, 1998, 34.

alle altre operazioni bancarie e finanziarie ai quali si applicano il Titolo VI T.u.b. ed i provvedimenti di Banca d'Italia in materia di trasparenza, con rinnovata enfasi nella novella proposta.

L'estensione degli obblighi di pubblicità a partire dagli «annunci pubblicitari», dalle «offerte fuori sede» e dai contatti che in qualsiasi modo avvengano tramite «tecniche di comunicazione a distanza»; l'obbligo di fornire al cliente un quadro chiaro ed esauritivo - scevro da sorprese - in ordine agli oneri sia economici, connessi al perfezionamento del contratto ed alla sua esecuzione, mediante l'introduzione dell'ISC (32), sia, in genere, contrattuali, mediante l'utilizzo di Guide, Fogli informativi, Documenti di sintesi; le prescrizioni in merito alla forma e al contenuto minimo dei contratti; l'invalidità della tecnica di rinvio agli usi; la costante informativa in fase di esecuzione del contratto, sono tutti segni tangibili del rafforzamento dello strumento della trasparenza e della pubblicità, la cui assenza determina altrimenti squilibrio tra le parti.

Prendendo in prestito, ancora una volta, l'efficace terminologia utilizzata dalla dottrina italiana che approfonditamente ha analizzato le ragioni e gli effetti dell'utilizzo delle clausole vessatorie nell'ambito delle condizioni generali di contratto, si sarebbe indotti ad affermare che il modello italiano - che sino a poco più di un decennio fa affidava al solo «potere del mercato» il compito di eliminare le clausole vessatorie, «spingendo fuori dal mercato stesso colui che insista nel proporre condizioni vessatorie» - appare oggi sempre più adeguatamente supportato sia dal «potere giudiziario», che dal «potere amministrativo». Da un lato, infatti, la giurisprudenza manifesta una certa disponibilità ad assumere atteggiamenti energici contro comportamenti non trasparenti e non corretti degli operatori economici e, dall'altro, il legislatore, anche nella veste «delegata» degli organi di vigilanza, ha in corso di predisposizione un apparato normativo che consente al consumatore - specie quando agisce come categoria - di avvicinarsi a passo veloce e sicuro verso l'agognata «cittadella in cui sono arroccati e ben difesi gli interessi degli enti creditizi» (33). Si pensi al provvedimento legislativo rappresentato dal d.l. 31 gennaio 2007, n. 7 (cosiddetto «decreto Bersani-bis»), conv. dalla l. 2 aprile 2007, n. 40, che ha introdotto significative novità in materia di contratto di mutuo, impostando su nuove basi il rapporto tra banca e cliente e conferendo a questo ultimo una serie di benefici e opportunità e dalla successiva l. n. 126 del 2008 (con la quale si è tentata la stabilizzazione delle rate dei mutui), sino alla recentissima l. n. 2 del 2009

(che è intervenuta sui mutui ipotecari per l'acquisto dell'abitazione principale, sulle commissioni di massimo scoperto e sulla remunerazione dell'affidamento) e al recepimento (attraverso la «Comunitaria 2008») della direttiva 2008/48/CE del 23 aprile 2008 in materia di contratti di credito ai consumatori (34).

La sensazione ultima che sembrerebbe potersi trarre dall'evoluzione sopra accennata, è quella che l'ordinamento nazionale sia davvero mosso dalla volontà di introdurre un nuovo strumento capace di «rivelare» (in quanto idoneo a far consapevolmente «rilevare» da parte della clientela) quelle anomalie contrattuali generatrici di un «ingiusto» squilibrio fra le prestazioni e idoneo di per sé ad invalidare il contratto che si riveli «incongruo» nello scambio fra le stesse. In altre parole, di fronte alla sproporzione tra le prestazioni contrattuali che dovesse rivelarsi causata dal mancato rispetto da parte degli operatori economici degli specifici obblighi di trasparenza, chiarezza e pubblicità loro imposti nella predisposizione delle condizioni negoziali (in particolare, quelle di natura economica), il consumatore verrebbe dotato di un'efficace strumento di protezione, alla stregua di quanto stabilito, ricorrendone i presupposti, dagli artt. 1448 e 1467 cc. (35)

### Note:

(32) L'importanza dell'ISC quale strumento idoneo ad aumentare la trasparenza delle condizioni economiche delle operazioni bancarie, con benefici effetti sulla concorrenza interbancaria sul piano delle condizioni economiche e di quelle giuridiche/normative praticate, è stata prontamente colta da L.C. Ubertazzi, *Concorrenza e contratti bancari: vent'anni dopo*, cit., 375.

(33) I riferimenti terminologici sono a A. Gambaro, *Le clausole vessatorie tra impresa e consumatore*, cit., 33 ss. e a G. Alpa, *Note minime sulla trasparenza dei contratti bancari e finanziari*, in *La nuova legge bancaria*, cit., 1782 ss.

(34) Uno dei principi della Direttiva 2008/48/CE che pare interessante ai fini della presente analisi si legge nel considerando (19): «Affinché i consumatori possano prendere le loro decisioni con piena cognizione di causa, è opportuno che ricevano informazioni adeguate, che il consumatore possa portare con sé ed esaminare, prima della conclusione del contratto di credito, circa le condizioni e il costo del credito e le loro obbligazioni. Per assicurare la maggiore trasparenza possibile e per consentire il raffronto tra le offerte, tali informazioni dovrebbero comprendere, in particolare, il tasso annuo effettivo globale relativo al credito, determinato nello stesso modo in tutta la Comunità».

(35) In punto di rimedi posti a tutela del contraente debole il quale, a fronte di una astratta libertà formale nella contrattazione del giusto prezzo che dovrebbe caratterizzare ogni economia di mercato, si trova a dover subire, di fatto, le condizioni contrattuali imposte dal contraente più forte, si veda F. Galgano, *Squilibrio contrattuale e mala fede del contraente forte*, in *Contr. e impr.*, 1997, 417 ss.