



sabato 5 aprile 2014

Al giudizio Antitrust le pratiche scorrette di banche, assicurazioni & C.

L'obiettivo è nel mirino. La munizione è il comma 1-bis dell'art. 27 del Codice del Consumo appena introdotto dall'art. 1, comma 6°, del dlgs 21/2014 sui diritti dei consumatori. Il decreto è stato pubblicato l'11 marzo scorso e il comma è già in vigore. La novità è dirompente: viene infatti attribuita all'Agcm, senza esclusioni, la competenza a valutare le pratiche commerciali scorrette, anche riferibili a soggetti già sottoposti a vigilanza di altre autorità di settore (cioè la Banca d'Italia per i servizi bancari, la Consob per i servizi di investimento, l'Ivass per i servizi assicurativi, l'Agcom per le telecomunicazioni). Ciò indipendentemente dal fatto che tali settori siano specificamente regolati con previsioni speciali, anche prevalenti rispetto alla disciplina generale in materia di pratiche scorrette del Codice del Consumo.



La novità pone fine a una diatriba quasi decennale che - per effetto di provvedimenti del Consiglio di Stato - nel 2008 aveva visto prevalere l'esclusione della competenza dell'Agcm in materia di pratiche scorrette in favore della Consob per i servizi di investimento e nel 2012 dell'Agcom nell'ambito dei servizi di telecomunicazione. Peraltro, per effetto della pubblicazione del dlgs 141/2010 in materia di trasparenza dei servizi bancari in considerazione della disciplina speciale in materia di trasparenza dei contratti assicurativi, si intravedeva la possibilità applicare i medesimi principi già espressi dal Consiglio di Stato anche ai servizi bancari e ai servizi assicurativi, sancendo quindi, anche in tali settori, la prevalenza della competenza rispettivamente della Banca d'Italia e di Ivass rispetto a quella dell'Agcm.

Lo scenario dunque cambia radicalmente e definitivamente, a meno di revirement del legislatore. Le sanzioni comminate dall'Agcm in tema di pratiche scorrette possono essere molto salate, risultando il range applicativo compreso fra 5 mila € e 5 milioni di euro ed essendo oggi stata portata la soglia massima sanzionatoria, in caso di inottemperanza (da 150 mila euro) a 5 mila.

Quali sono le nuove attenzioni necessarie? Posto che per «pratiche commerciali» deve intendersi qualsivoglia fase della commercializzazione di un prodotto, non v'è dubbio che l'attenzione deve essere rivolta alla fase promo-pubblicitaria, a quella di sottoscrizione del contratto assicurativo, bancario o di investimento, nonché a quella esecutiva. In tale contesto, anche qualora l'informativa precontrattuale e il contratto avente per oggetto i servizi prescelti risultassero rispettosi delle indicazioni e della forma prevista dalla regolamentazione di settore, la circostanza non limiterebbe la possibilità per l'Agcm di valutare la pratica posta in essere né di considerarla scorretta. Non v'è dubbio che, nonostante la diligente attivazione dell'operatore, l'Agcm ben potrebbe rilevare «l'omissione di informazioni rilevanti» per consentire al cliente (consumatore microimpresa) di «prendere una decisione consapevole di natura commerciale, che non avrebbe altrimenti preso» (art. 2 comma 1°, Codice del Consumo). Un esempio illuminante, nell'ambito dell'attività bancaria, potrebbe essere riferita a una clausola di indicizzazione di un tasso di interesse contenuta in un finanziamento o in un leasing ovvero, nell'ambito della attività di investimento, a un contratto in derivati, anche di semplice copertura. Un esempio in ambito assicurativo potrebbe rinvenirsi in una qualsiasi polizza contro infortuni nella quale le formule di esclusione di copertura non siano ritenute adeguatamente formulate. Si noti peraltro che, ai sensi della disciplina sulle pratiche scorrette, il parametro per la valutazione della rilevanza dell'informazione omessa è riferita al consumatore medio, e non già al consumatore attento e informato, con conseguente innalzamento della soglia di attenzione degli operatori.

In tale contesto, si impone una revisione dei documenti informativi, precontrattuali e contrattuali degli operatori coinvolti,

nonché delle procedure e delle prassi. Revisione che tenga conto del minor tecnicismo di settore e della più spiccata sensibilità consumeristica dell'Agcm. (riproduzione riservata)

Franco Estrangeros

estrangeros@ghidini-associati.it