



FINALMENTE INTERVIENE L'AUTORITA' DI VIGILANZA

di **Simonetta
Cotterli ***

(*) Simonetta Cotterli è Ricercatore universitario - Dipartimento di Economia aziendale - Facoltà di Economia Marco Biagi

BANCA E CLIENTE, UNA COPPIA IN CRISI

L'amministrazione americana ha predisposto un piano di rifinanziamento dei mutui eccessivamente onerosi, puntando su formazione, informazione e assistenza. E da noi? Le regole non mancano, anzi forse sono troppe. Tanto che la Banca d'Italia giudica necessario un intervento di semplificazione della documentazione, in modo da ridurre i costi e rendere le informazioni più chiare e più facilmente comparabili. E l'intermediario dovrà assistere il cliente nella comprensione di ogni aspetto rilevante. Ma la strada dell'educazione finanziaria è ancora lunga.

Al di qua dell'oceano ha destato clamore, commenti e critiche, l'intervento di Barack Obama per il salvataggio delle banche, che ha rubato la scena all'altra decisione altrettanto – se non più – importante.

L'ALTRA FACCIA DEL PIANO OBAMA

A febbraio 2009, il presidente americano ha lanciato un piano sul rifinanziamento dei mutui eccessivamente onerosi, con un meccanismo di informazione ed assistenza erogate tramite agenzie di consulenza e attraverso Internet, con un duplice obiettivo: prevenire l'impatto distruttivo della crisi su famiglie e comunità, e stabilizzare il mercato immobiliare e favorire la ripresa dell'intero sistema economico¹.

Il sito governativo accompagna, con operazioni molto semplici, il mutuatario in difficoltà nella comprensione della sua effettiva condizione, così da verificare la possibilità di accedere al programma e di acquisire specifiche consulenze. In sostanza, si guarda al passato, ma anche al futuro del consumatore post-crisi: sempre puntualmente informato, consapevole e in grado di compiere la migliore scelta, in relazione alla sue esigenze. La strada maestra è formazione, informazione, assistenza. Sembrano concetti di semplice buon senso, quel buon senso che, però, durante il boom dei subprime tutti avevano dimenticato.

COSA CAMBIA A CASA NOSTRA

A casa nostra, il sistema delle tutele è più solido, anzi le norme si sono susseguite freneticamente e gli operatori sono attualmente tenuti a un'ampia serie di obblighi informativi, che si differenziano a seconda del tipo di contratto (prodotto bancario, prodotto

assicurativo, servizi di investimento) e delle caratteristiche del cliente (clienti al dettaglio, professionali e controparti qualificate). Le regole non mancano, anzi forse sono troppe, e in questa alluvione di informazioni niente di più facile che annegare.

La Banca d'Italia ha così deciso di intervenire, predisponendo un documento di consultazione per la modifica della disciplina in materia "di trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari, nonché di correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti"². Secondo le autorità di vigilanza, la modifica è necessaria perché, nella prassi applicativa, nascono problemi connessi a "eccesso di informazioni fornite alla clientela, numero elevato di documenti cartacei, analiticità di alcune prescrizioni". È allora necessario un intervento di semplificazione della documentazione. I documenti informativi, che dovranno essere redatti secondo tecniche conformi alle migliori prassi di comunicazione al pubblico – e perciò la Banca d'Italia, avvalendosi della collaborazione di esperti in materia, mette a disposizione "modelli che gli intermediari si limiteranno a riprodurre" – saranno semplificati in modo tale da ridurre i costi, rendere l'informativa più chiara e favorire la comparabilità delle informazioni. Ci sarà anche una standardizzazione dei documenti informativi, sulla scia di quanto già previsto dalla direttiva comunitaria in materia di credito ai consumatori (ancora da recepire) con le sue "informazioni europee di base", e un maggior impiego di indicatori sintetici per consentire l'immediata percezione del costo legato al prodotto offerto³.

È importante sottolineare che la standardizzazione riguarderà anche alcuni prodotti come il "conto corrente semplice", destinato a fasce di clientela con esigenze finanziarie elementari. Naturalmente, in base al principio di proporzionalità, destinatari degli obblighi informativi sono esclusivamente i clienti al dettaglio, definizione che comprende non solo consumatori ma anche professionisti, enti senza finalità di lucro e piccole e medie imprese, con fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro.

Ora c'è un eccesso d'informazione che disorienta la clientela, ma l'Autorità di vigilanza predisporrà una standardizzazione dei documenti informativi, sulla scia di quanto già previsto dalla direttiva comunitaria in materia di credito ai consumatori (ancora da recepire) con le sue "informazioni europee di base", e un maggior impiego di indicatori sintetici per consentire l'immediata percezione del costo legato al prodotto offerto.

ASPETTANDO BRUXELLES

Il compratore del servizio o del prodotto finanziario, al quale sia fornita in modo completo, chiaro e semplice tutta la necessaria informazione, può tuttavia non essere sempre in grado di comprendere ogni implicazione derivante da una determinata scelta economico-finanziaria, perché troppo complessa o per mancanza di esperienza. L'intermediario deve, quindi, fare qualcosa di più: assistere il cliente nella comprensione di ogni aspetto rilevante, compiendo a sua volta una valutazione delle sue caratteristiche ed esigenze, e accompagnarlo nella migliore scelta possibile. La direttiva sul credito ai consumatori prevede espressamente che gli intermediari forniscano "chiarimenti adeguati" per consentire ai clienti di valutare se il credito è adatto alla loro situazione finanziaria, e che svolgano un'attenta valutazione di merito prima della conclusione del contratto. Questi interventi dovrebbero poi coordinarsi con i piani da tempo lanciati dall'Unione Europea sull'educazione finanziaria⁴.

LA STRADA È ANCORA LUNGA

Al di qua e al di là dell'oceano, i programmi su informazione ed educazione finanziaria sono tanti ed è forte la consapevolezza che solo la correttezza

e l'impegno di tutti i protagonisti sarà in grado di assicurare la migliore tutela del singolo e del sistema nel suo complesso. Ma non bisogna illudersi, la strada è ancora lunga: secondo indagini della Banca d'Italia, il 52 per cento degli intervistati non è in grado di distinguere tra azioni e obbligazioni, il 40 per cento non è a conoscenza del diverso grado di rischio connesso al singolo investimento piuttosto che ad un portafoglio di investimenti, e il 62 per cento non è in grado di calcolare il tasso di interesse composto⁵.

(tratto da: la voce.info)

¹ www.MakingHomeAffordable.gov.

² Restano, pertanto, esclusi gli obblighi in materia di prestazione di servizi di investimento e di vendita di prodotti assicurativi. Banca d'Italia, Documenti per la consultazione, 10-3-2009.

³ Direttiva 2008/48/Ce relativa ai contratti di credito ai consumatori. In Guce L133/66 del 22-5-2008.

⁴ Nel 2007 la Commissione ha emanato una comunicazione in materia di "Educazione Finanziaria", COM(2007)808.

⁵ First Meeting of the expert Group on Financial Education, 7th October 2008, Brussels, National Strategies for Financial Education Report.