

23 novembre 2012

ITALIA

Credito al consumo. Bankitalia e Antitrust: informazioni piu' chiare

Gli interventi effettuati nell'ambito dello 'Sweep' comunitario 2011 i cui risultati sono stati resi noti oggi a Bruxelles. Su 15 siti web italiani controllati 4 sono risultati in regola, mentre 11 hanno corretto le indicazioni fornite alla potenziale clientela. In Europa i siti controllati sono stati 544, di cui 193 corretti grazie all'azione delle singole Autorità nazionali.

Informazioni più chiare per i consumatori che navigano sul web per scegliere le offerte del credito al consumo. E' il risultato dell'azione portata avanti dalla Banca d'Italia e dall'Antitrust nell'ambito dello sweep comunitario 2011, che si è concluso nell'ottobre 2012 e i cui dati sono stati resi noti oggi a Bruxelles.

In attuazione dell'iniziativa comunitaria, in Italia sono stati esaminati 15 siti da parte delle due Autorità: 4 sono risultati immediatamente in linea con le prescrizioni normative; in 11 casi le informazioni pubblicizzate relativamente a prestiti personali e carte di pagamento 'revolving' hanno richiesto interventi correttivi.

In particolare, la Banca d'Italia ha riscontrato che alcuni operatori non avevano inserito negli annunci pubblicitari tutte le informazioni richieste dalla direttiva sull'offerta di credito ai consumatori quali l'importo totale dovuto dal consumatore o un esempio rappresentativo del costo del finanziamento. In altri casi i moduli Iebcc (Informazioni europee di base sul credito ai consumatori) non riportavano tutte le informazioni obbligatorie in base alla citata normativa per consentire al consumatore di compiere scelte consapevoli (ad esempio, il TAEG non era indicato correttamente) oppure la documentazione non era agevolmente fruibile. Le criticità riscontrate hanno formato oggetto di interventi nei confronti dei singoli operatori; nel mese di maggio scorso, la Banca d'Italia ha sensibilizzato il sistema a un più scrupolo rispetto della disciplina. Le irregolarità sono state rimosse.

Gli interventi di 'moral suasion' effettuati dall'Antitrust hanno riguardato invece l'utilizzo improprio, nella prospettazione pubblicitaria dei prodotti, della parola "risparmio", riferita ad esempio alla sostituzione di un piano di rimborso del debito che può comportare una riduzione dell'importo delle singole rate, ma non una riduzione del costo del debito e dell'importo complessivo da rimborsare. Corrette anche nei messaggi pubblicitari le illustrazioni non chiare e comprensibili dei costi di quelle carte che prevedono un rimborso rateale dietro il pagamento di un tasso di interesse.

A livello comunitario hanno partecipato allo sweep 28 Paesi, che hanno controllato 544 siti, correggendone 193, con una percentuale di siti che ora risultano in regola pari al 77%, contro il 30% che era risultato in regola con la normativa europea nel settembre 2011.

[In allegato il comunicato della Commissione Europea](#)