

Provvedimento

PI5990 - SALVA RATE IBL DI IBL BANCA

<i>tipo</i>	Chiusura istruttoria
<i>numero</i>	17586
<i>data</i>	08/11/2007
PUBBLICAZIONE	
<i>Bollettino n.</i>	42/2007

PI5990 - SALVA RATE IBL DI IBL BANCA

Provvedimento n. 17586

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'8 novembre 2007;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTO il Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*, come modificato da ultimo dai Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

VISTO il Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, di cui al D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

I. RICHIESTA DI INTERVENTO

Con richiesta di intervento pervenuta in data 17 aprile 2007, integrata in data 3 maggio 2007 con l'identificazione del committente, la Camera di Commercio di Prato ha segnalato la presunta ingannevolezza del messaggio pubblicitario della società IBL Banca, pubblicato sul quotidiano "LEGGO" - ed. Firenze il giorno 4 aprile 2007, relativo al prodotto "Salva Rate IBL". Nella richiesta di intervento si lamenta l'ingannevolezza del citato messaggio in quanto quest'ultimo lascerebbe intendere, attraverso un esempio, che l'estinzione e il relativo accorpamento di più finanziamenti in un'unica rata possa permettere un consistente risparmio mensile (tre rate per complessivi 600 euro diventano una sola rata di 236 euro) omettendo di indicare il numero delle rate da versare e definendo come risparmio quella che in realtà è solo una dilazione dei versamenti su un arco di tempo molto più lungo e, di conseguenza, più onerosa.

II. MESSAGGIO

Il messaggio oggetto della richiesta di intervento consiste in un tabellare nel quale, in grande evidenza, si legge: "Abbiamo a cuore i vostri interessi. Chiedi Salva Rata IBL Estingui tutti i finanziamenti e paghi un'unica rata. Condizioni esclusive per i dipendenti statali e pubblici. TAN 5%". A destra del riquadro è riportato un "Esempio: I MIEI PAGAMENTI MENSILI Rata prestito in busta paga € 187 + Rata prestito auto € 258 + Rata carta revolving € 155 = 600 euro. E il dentista per Luca? E il nuovo computer? NUOVO FINANZIAMENTO DI 20.000 EURO NUOVA UNICA RATA MENSILE € 236 CON UN RISPARMIO DI 364 EURO AL MESE!". In calce al messaggio è riportato il claim: "LA PRIMA BANCA AL SERVIZIO DEI LAVORATORI DIPENDENTI E PENSIONATI" e la denominazione IBL BANCA.

III. COMUNICAZIONI ALLE PARTI

In data 9 maggio 2007 è stato comunicato all'amministrazione segnalante e alla società IBL Banca S.p.A. (di seguito IBL), in qualità di operatore pubblicitario, l'avvio del procedimento, precisando che l'eventuale ingannevolezza del messaggio pubblicitario oggetto della richiesta di intervento sarebbe stata valutata ai sensi degli artt. 19, 20, 21 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, con riguardo alle caratteristiche, condizioni e modalità di erogazione del prodotto pubblicizzato, ai costi e alla convenienza dello stesso, nonché all'eventuale rilevanza delle omissioni informative ivi contenute.

IV. RISULTANZE ISTRUTTORIE

Contestualmente alla comunicazione di avvio del procedimento è stato richiesto alla società IBL, in qualità di operatore pubblicitario, ai sensi dell'articolo 5, comma 2, lettera a), del D.P.R. n. 284/03, di fornire informazioni e relativa documentazione riguardanti attività svolta dalla IBL, specificando se la stessa eroghi direttamente le tipologie di finanziamenti pubblicizzati; le caratteristiche e le condizioni di erogazione dei prestiti, specificando l'ammontare delle singole voci ad essi inerenti (tasso di interesse, spese iniziali, spese istruttorie, ecc.); le caratteristiche degli esempi riportati nelle tabelle, con i relativi TAN e TAEG, nonché le condizioni richieste per l'applicazione di dette condizioni; parametri temporali di riferimento delle rate riportate nell'esempio pubblicizzato e del nuovo finanziamento; copia dei contratti per ciascuna tipologia di finanziamenti pubblicizzati (mutui ipotecari, prestiti, ecc.).

Con memoria pervenuta in data 25 maggio 2007, la società IBL ha evidenziato, in sintesi, quanto segue:

- La banca ha per oggetto la raccolta del risparmio e l'esercizio del credito nelle sue varie forme. La tipologia di finanziamento pubblicizzata è il prestito dietro cessione del quinto dello stipendio, il quale è erogato direttamente dalla Banca al pari dei prestiti con delegazione di pagamento.
- Per i prestiti dietro cessione del quinto dello stipendio, le condizioni per l'ottenimento sono quelle stabilite dal D.P.R. n. 180/50; i tassi e tutte le spese relative ai finanziamenti sono dettagliatamente riportati nei Fogli informativi analitici resi disponibili presso tutte le filiali e sul sito internet.
- Le caratteristiche dell'esempio riportato nel messaggio e le relative condizioni sono le seguenti: finanziamento concesso dietro cessione del quinto dello stipendio, comprensivo di copertura assicurativa, da estinguersi in 120 rate da 236,00 euro cadauna; lavoratore dipendente pubblico con 35 anni di età e 10 anni di servizio; TAN 5%, TAEG 7,62%. Il nuovo finanziamento di 20.000 euro, oggetto del messaggio pubblicitario, ha durata pari a 120 mesi. L'esempio riportato nel messaggio, ove si prenda in considerazione un soggetto con a carico tre diverse rate per un esborso complessivo pari a 600 euro è il risultato di una simulazione, attesa la notevole variabilità in concreto delle caratteristiche, ivi compreso l'arco temporale, dei finanziamenti che possono essere estinti mediante il nuovo finanziamento "Salva Rate IBL". Le assunzioni poste alla base di detta simulazione possono essere così sintetizzate: prestito con trattenuta in busta paga, con decorrenza 1° dicembre 2004, da estinguersi con n. 60 rate da 187 euro cadauna; prestito personale per acquisto autovettura, con decorrenza 1° marzo 2006, da estinguersi con 48 rate da euro 258 cadauna; rata mensile di euro 155 per carta revolving - utilizzata per 1.000 euro circa - a fronte di un fido complessivo di 1.500 euro.

In data 10 agosto 2007 è stata comunicata alle parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 12, comma 1, del D.P.R. 11 luglio 2003, n. 284.

V. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

Poiché il messaggio oggetto del presente provvedimento è stato diffuso a mezzo stampa, in data 19 settembre 2007 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Con parere pervenuto in data 16 ottobre 2007, la suddetta Autorità ha ritenuto che il messaggio in esame costituisce una fattispecie di pubblicità ingannevole sulla base delle seguenti considerazioni:

- il messaggio omette di indicare la durata del finanziamento, pur mettendo in evidenza l'importo della rata proposta, di valore incisivamente inferiore alla somma delle rate che in ipotesi si propone di sostituire con il nuovo finanziamento;
- il messaggio *de quo*, in quanto graficamente e contenutisticamente inidoneo ad informare i destinatari sulle caratteristiche e costi dei servizi offerti dall'operatore è in grado di orientare indebitamente le scelte dei consumatori in considerazione dell'erroneo convincimento che può indurre circa le caratteristiche e le condizioni economiche effettive dei finanziamenti pubblicizzati.

VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

In via preliminare, si rileva che la valutazione della fattispecie in esame è effettuata ai sensi del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146.

La comunicazione pubblicitaria in oggetto è diretta ad informare i destinatari che attraverso il prodotto denominato "Salva Rate IBL" è possibile ridurre l'esborso monetario mensile, sostituendo l'importo complessivo di più rate, per la restituzione di vari prestiti accesi, con una sola rata di importo inferiore. Il messaggio infatti, utilizza claim quali: "*Abbiamo a cuore i vostri interessi; estingui tutti i finanziamenti e paghi un'unica rata*" con i quali si prospetta la possibilità di ottenere un risparmio, rivolgendosi a IBL Banca e accendendo il finanziamento presso la stessa. L'esempio che compare sulla destra del messaggio è volto proprio a dimostrare la convenienza di tale operazione finanziaria in quanto attraverso il nuovo finanziamento di 20.000 euro è possibile pagare una rata mensile di 236 euro anziché una rata complessiva di 600 euro.

I profili di ingannevolezza oggetto di valutazione sono, pertanto, le caratteristiche e modalità dell'offerta, le condizioni alle quali il finanziamento viene erogato nonché le omissioni informative eventualmente riscontrate nel messaggio.

Nel caso di specie, preliminarmente è opportuno considerare che i soggetti interessati ad un messaggio come quello in esame sono prevalentemente coloro che hanno un'elevata esposizione debitoria. Si tratta pertanto di persone che si rivolgono all'operatore pubblicitario nella speranza di ottenere un risparmio mensile, sostituendo l'ammontare di più rate con una singola rata di importo inferiore alla somma delle altre già in essere. Tale circostanza fa sì che le affermazioni contenute nel messaggio vadano intese con maggior rigore, in quanto i destinatari, per la loro condizione di debolezza, possono pensare di poter ottenere dal prodotto pubblicizzato una particolare convenienza e vantaggio economico.

Per quanto riguarda le caratteristiche ed i costi dei prodotti pubblicizzati, il messaggio riporta un esempio di prestiti in corso con le relative rate da pagare, omettendo di indicare tutti gli elementi da cui ricavare la durata degli stessi e gli esatti costi dei finanziamenti. Il nuovo finanziamento da accendere in sostituzione dei tre già in essere è prospettato di 20.000 euro con una rata mensile di 236 euro e con un apparente risparmio, rispetto all'esborso mensile, di 364 euro. Come indicato in calce al messaggio e come emerso altresì dalle risultanze istruttorie, si tratta di un esempio puramente indicativo e, pertanto, frutto di una simulazione teorica effettuata utilizzando tutti quei parametri che consentono la realizzazione della migliore formulazione di prestito o di mutuo realizzabile. Il messaggio non indica la durata del nuovo finanziamento; è questo un elemento fondamentale nella decodifica del messaggio e soprattutto per apprezzare la convenienza o meno del finanziamento pubblicizzato. In tal modo, pertanto, il consumatore non può effettuare una corretta valutazione sulla convenienza del prestito

pubblicizzato ed è tratto in inganno dai dati e dalle affermazioni che compaiono nel messaggio. Il messaggio omette inoltre di precisare che il risparmio mensile deriva in realtà da un allungamento del tempo del finanziamento; infatti il finanziamento pubblicizzato è pari a 120 mesi mentre gli altri prestiti che compaiono nell'esempio e che dovrebbero essere sostituiti con il nuovo prestito, sono prestiti da 48, 60 mesi. L'allungamento del periodo di durata del finanziamento, pur riducendo l'ammontare mensile della rata, rende di fatto più oneroso l'intero costo dell'operazione finanziaria.

Al riguardo, si osserva che, secondo l'orientamento più volte espresso dall'Autorità, non ogni omissione informativa acquisisce rilevanza ai fini del giudizio di ingannevolezza dei messaggi segnalati: occorre invece valutare di volta in volta se le lamentate omissioni siano tali da limitare significativamente la portata delle affermazioni in essi riportate, inducendo in errore i destinatari in ordine alla effettiva convenienza delle offerte tariffarie promozionali pubblicizzate.

Tale omissione, pertanto, deve ritenersi idonea a suscitare nei consumatori falsi affidamenti in ordine alle condizioni economiche di fruibilità dell'offerta oggetto del messaggio in contestazione.

In conclusione, il messaggio in esame, sulla base delle suindicate considerazioni, risulta idoneo ad indurre in errore il consumatore sulle caratteristiche, modalità e condizioni di erogazione dei finanziamenti pubblicizzati nonché sulle qualifiche dell'operatore pubblicitario, pregiudicandone il comportamento economico.

VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

Ai sensi dell'articolo 26, comma 7, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, con la decisione che accoglie il ricorso, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 a 100.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione. Nel caso di specie, infatti, la condotta è stata posta in essere prima del 21 settembre 2007, data di entrata in vigore dei medesimi Decreti Legislativi n. 145/07 e n. 146/07.

In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 26, comma 12, del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

Con riguardo alla gravità della violazione, deve essere considerata la capacità di penetrazione del messaggio che, in ragione della modalità di diffusione, tramite stampa quotidiana, è suscettibile di aver raggiunto un ampio numero di consumatori; l'entità del pregiudizio, trattandosi di contratti di finanziamento che richiedono un esborso monetario prolungato nel tempo; nonché la debolezza del destinatario trattandosi di soggetti particolarmente sensibili alla tipologia di servizi pubblicizzati.

Per quanto riguarda poi la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti, il messaggio risulta diffuso, reiteratamente, in un periodo intercorrente il mese di novembre 2006 e il mese di aprile 2007.

Alla luce dei predetti criteri, la sanzione da applicare alla IBL Banca S.p.A. può essere determinata in misura pari a 16.100 euro.

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che il messaggio pubblicitario in esame è idoneo a indurre in errore i consumatori in ordine alle caratteristiche, le condizioni economiche del prodotto finanziario pubblicizzato, potendo, per tale motivo, pregiudicarne il comportamento economico, ai sensi dell'articolo 21 del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146;

DELIBERA

- a) che il messaggio pubblicitario descritto al punto II del presente provvedimento, diffuso dalla società IBL Banca S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una fattispecie di pubblicità ingannevole ai sensi degli artt. 19, 20, e 21, lettere a) e b), del Decreto Legislativo n. 206/05, nella versione vigente prima dell'entrata in vigore dei Decreti Legislativi 2 agosto 2007, n. 145 e n. 146, e ne vieta l'ulteriore diffusione;
- b) che alla società IBL Banca S.p.A. sia irrogata una sanzione amministrativa pecuniaria di 16.100 € (sedicimilacento euro).

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, con versamento diretto al concessionario del servizio della riscossione oppure mediante delega alla banca o alle Poste Italiane, presentando il modello allegato al presente provvedimento, così come previsto dal Decreto Legislativo 9 luglio 1997, n. 237.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/81, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo.

Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio di copia del modello attestante il versamento effettuato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, in caso di inottemperanza alla presente delibera l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni. Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 27, comma 13, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante *Codice del consumo*, come modificato da ultimo dal Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 146, entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Luigi Fiorentino

IL PRESIDENTE

Antonio Catricalà