

**PS7212 - CREDEM-CONTO NON SOLO TRE**

*Provvedimento n. 23637*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 6 giugno 2012;

SENTITO il Relatore Professor Piero Barucci;

VISTA la Parte II, Titolo III, del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, recante "*Codice del Consumo*" e successive modificazioni (di seguito, Codice del Consumo);

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pratiche commerciali scorrette*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 15 novembre 2007;

VISTI gli atti del procedimento;

**I. LA PARTE**

1. Credito Emiliano S.p.A. (di seguito, anche "Credem" o "la Banca"), in qualità di professionista ai sensi dell'art. 18, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società, capogruppo del Gruppo bancario Credito Emiliano, ha realizzato nel 2011 un fatturato, calcolato applicando in via analogica i criteri utilizzati in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'art. 16, comma 2, della legge n. 287/90, pari a circa 280 milioni di euro e un utile netto di circa 98 milioni di euro.

**II. LA PRATICA COMMERCIALE**

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione, a mezzo radio, di messaggi pubblicitari volti a promuovere il prodotto "*Conto corrente Nonsolotre*".

3. In particolare, secondo la segnalazione di un consumatore, pervenuta nel mese di marzo 2010, nonché le informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice del Consumo, i suddetti messaggi avrebbero prospettato ai nuovi clienti un tasso di interesse creditore del "*3% per un anno*", senza informare il consumatore che tale tasso viene applicato solo sulle giacenze comprese tra i 15.000 e i 75.000 euro, mentre per le giacenze al di fuori di tale *range* non è riconosciuta alcuna remunerazione.

**III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO****1) L'iter del procedimento****Attività preistruttoria**

4. A seguito della segnalazione pervenuta da un consumatore, con due richieste di informazioni al professionista formulate rispettivamente in data 8 aprile e 20 maggio 2011 sono stati acquisiti agli atti del procedimento tutti i messaggi pubblicitari diffusi nell'ambito della campagna promozionale relativa al Conto corrente Nonsolotre e il relativo periodo di diffusione, nonché copia della documentazione contrattuale e precontrattuale allo stesso afferente.

### **Attività istruttoria**

5. In relazione alla condotta sopra descritta, in data 13 gennaio 2012 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS7212 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo.

In tale sede, veniva in particolare ipotizzata l'ingannevolezza dei messaggi pubblicitari contestati, in quanto il professionista avrebbe fornito ai consumatori informazioni non rispondenti al vero e/o incomplete con riferimento alla prospettata remuneratività del prodotto.

6. In data 7 febbraio 2012 la Banca ha esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento. In data 30 gennaio, 1° marzo, 12 marzo e 26 aprile 2012 il professionista ha prodotto memorie difensive e ha risposto alle richieste di informazioni formulate, rispettivamente, nella comunicazione di avvio del procedimento e in data 22 febbraio 2012.

7. In data 11 aprile 2012 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

### **2) Le evidenze acquisite**

#### **Il conto corrente NonSoloTre**

8. Il conto corrente NonSoloTre, la cui commercializzazione è stata avviata il 1° febbraio 2011, è un prodotto promozionale riservato ai nuovi clienti privati della Banca e caratterizzato, per un periodo di 12 mesi dall'apertura, da condizioni economiche di particolare favore. In particolare, è prevista la gratuità dei primi due canoni mensili di tenuta del conto corrente, che può estendersi ai successivi dieci mesi se, al momento del relativo addebito, risulti che almeno uno degli intestatari del conto abbia sottoscritto due o più prodotti del Gruppo Credem. Sempre nel primo anno di tenuta del conto, il correntista viene esentato dalle altre spese, fisse e variabili, collegate alla tenuta del rapporto, quali i canoni delle carte di credito e debito, il canone per l'Internet *banking* e le spese di gestione della liquidità. Quanto al tasso di interesse attivo applicato, per il primo anno esso è stabilito in misura pari al 3% sulle giacenze medie ricomprese tra i 15.000 e i 75.000 euro (cosiddette "soglie"); sugli importi inferiori o superiori alle soglie, il tasso applicato è pari a zero.

9. A partire dal lancio, sono stati sottoscritti circa [alcune migliaia di]<sup>1</sup> conti NonSoloTre. Di questi, una parte limitata (variabile su base mensile tra il [omissis]% e il [omissis]%) ha avuto accesso alla remunerazione del 3%, in quanto nei rimanenti casi le giacenze depositate erano al di sotto della soglia minima. Nella tabella sottostante è rappresentato il numero di c/c accessi su base mensile e la giacenza media depositata per l'anno 2011.

---

<sup>1</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

	nuovi c/c accesi	giacenza media
feb-11	[omissis]	[omissis]
mar-11	[omissis]	[omissis]
apr-11	[omissis]	[omissis]
mag-11	[omissis]	[omissis]
giu-11	[omissis]	[omissis]
lug-11	[omissis]	[omissis]
ago-11	[omissis]	[omissis]
set-11	[omissis]	[omissis]
ott-11	[omissis]	[omissis]
nov-11	[omissis]	[omissis]
dic-11	[omissis]	[omissis]

### I messaggi pubblicitari

10. Le attività promozionali relative al conto corrente NonSoloTre si sono svolte quasi interamente nella seconda metà del mese di marzo 2011. Segnatamente, tra il 14 e il 27 marzo 2011, sono state effettuate affissioni di cartelloni pubblicitari in varie città italiane, sono stati pubblicati alcuni annunci a mezzo stampa, sono stati trasmessi *spot* radiofonici e, sul sito *Internet* di una delle stazioni radio interessate, è stato pubblicato un *banner*, cliccando il quale l'utente veniva indirizzato a una pagina *web* contenente le caratteristiche essenziali del conto. Analoghi *banner* sono stati pubblicati anche su altri siti *Internet* per un periodo più ampio di quello sopra richiamato (ossia fino al 15 maggio 2011).

11. Con particolare riferimento al messaggio diffuso a mezzo radio, lo stesso è andato onda dal 14 al 27 marzo 2011 in *spot* di 30 secondi in due differenti versioni (voce maschile e femminile), sulle emittenti nazionali Radio24 e RTL 102.5 ed altre emittenti a carattere locale (Radio Zeta, Radio Bruno, Radio Kiss Kiss Italia, Radio Number One, Radio Babboleo, Radio G.R.P.), per un totale di circa 750 passaggi.

12. Nella versione del messaggio radiofonico realizzata con voce maschile, lo *speaker* recita il seguente testo: “*Sento che c'è un interesse più alto del solito. Ma certo, è Credem. Segui il tuo naso, vieni in Credem e apri conto NonSoloTre, 3% per un anno, zero spese con due prodotti Credem, carta di credito e bancomat gratis e un consulente dedicato a te. A naso è la banca per me. Conto NonSoloTre, chiama l'800.273336. Messaggio pubblicitario, offerta riservata ai nuovi clienti fino ad esaurimento plafond, per tutte le condizioni leggi i fogli informativi in filiale o su credem.it. Credem, la forma e la sostanza.*” Sostanzialmente analoga è la versione dello *spot* registrata con voce femminile.

### 3) Le argomentazioni difensive della Parte

13. Nelle proprie memorie, la Banca ha formulato, in primo luogo, un rilievo procedurale, in quanto l'avvio del procedimento è stato comunicato a Credem in data 13 gennaio 2012 ancorché la

segnalazione del consumatore fosse pervenuta in data 29 marzo 2011 e il contenuto e le modalità di diffusione dei messaggi radiofonici fossero disponibili in atti dall'8 giugno 2011. Tale sproporzione tra la fase preistruttoria e quella istruttoria contravverrebbe ai principi di economicità ed efficacia dell'azione amministrativa e si sarebbe tradotta, in ultima analisi, in una compressione del diritto di difesa di Credem, che avrebbe potuto avvalersi delle tutele procedurali riconosciute solo per la fase istruttoria in modo molto limitato, viste le strette tempistiche stabilite per lo svolgimento delle sue difese.

14. Da un punto di vista sostanziale, la Parte ha rilevato che lo *spot* radiofonico non potrebbe essere considerato omissivo, tenuto conto dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato, che imporrebbero una necessaria sintesi e non consentirebbero di integrare il contenuto parlato con il contributo di strumenti visivi. D'altra parte, nei messaggi diffusi con tutti gli altri mezzi di comunicazione impiegati, Credem avrebbe sempre espressamente menzionato le soglie, il che dimostrerebbe come la Banca non avrebbe intenzionalmente evitato di inserire il riferimento nello *spot* radio.

15. In ogni caso, nel messaggio radiofonico si inviterebbero i consumatori a prendere visione del foglio informativo, nel quale i molteplici aspetti che caratterizzano il prodotto sarebbero declinati in modo dettagliato. Ciò assumerebbe rilievo in base al disposto dell'art. 22, comma 3, del Codice del Consumo, che, nel valutare l'omissività di una pratica commerciale, richiede di tener conto delle restrizioni imposte dal mezzo di comunicazione e delle misure adottate dal professionista per rendere disponibile le informazioni ai consumatori con altri mezzi.

16. Infine, risulterebbe del tutto indimostrato che la mancata menzione delle soglie nel messaggio radiofonico possa aver indotto i consumatori a sottoscrivere il conto in parola, stante anche la ridotta rilevanza della campagna pubblicitaria in questione (durata meno di due settimane) e, nell'ambito di quest'ultima, la marginalità della comunicazione radiofonica rispetto al complesso delle attività promozionali svolte.

#### **IV. PARERE DELL'AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI**

17. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa a mezzo radio, in data 27 aprile 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

18. Con parere pervenuto in data 23 maggio 2012, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- dall'ascolto del messaggio in oggetto non risulta chiara quale sia la percentuale di interesse annuo praticato, in quanto è prospettato un tasso d'interesse creditore del "3% per un anno" senza che i consumatori siano stati informati che lo stesso verrà applicato solo sulle giacenze comprese tra i 15.000 e i 75.000 euro, mentre per le giacenze al di fuori di tale *range* non è riconosciuta alcuna remunerazione;
- la mancata precisazione nella promessa pubblicitaria di siffatti riferimenti è elemento idoneo a inficiare la capacità del consumatore di valutare serenamente la reale convenienza economica del servizio pubblicizzato, sia con riferimento allo stesso, sia rispetto alle offerte dei concorrenti;

- l'invito rivolto ai consumatori a prendere visione del foglio informativo dal quale si evincerebbero le informazioni oggetto di contestazione, pur potendo costituire un indizio circa la presenza di ulteriori informazioni non contenute nel *claim* principale, non può essere considerato *ex se* come elemento sufficiente di garanzia per il consumatore e di conoscibilità del contenuto del *disclaimer*; infatti, le condizioni di fruibilità dell'offerta devono essere esplicitate nel messaggio pubblicitario con modalità evidenti, affinché il consumatore possa disporre degli elementi essenziali per percepire agevolmente la portata economica dell'offerta stessa, fin dal primo contatto pubblicitario;
- il messaggio contestato, in quanto ritenuto inidoneo ad informare in maniera veritiera e corretta i destinatari circa le caratteristiche del servizio offerto, quali l'esistenza di uno specifico vantaggio rispetto all'adesione ad una data formula, nonché rispetto alle condizioni economiche alle quali il servizio viene offerto, omette di indicare le reali condizioni di adesione e, come tale, è idoneo ad alterare indebitamente la libertà di scelta del consumatore medio in relazione all'acquisizione dei servizi finanziari di specie.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

19. La pratica commerciale oggetto di valutazione si sostanzia nella diffusione a mezzo radio di alcuni messaggi promozionali relativi al conto corrente NonSoloTre, in cui viene prospettato un tasso di interesse creditore pari al 3%, senza indicare l'ammontare minimo e massimo delle giacenze cui tale remunerazione si applica.

20. In via preliminare, con riferimento al rilievo procedurale sollevato dal professionista e relativo all'asserita eccessiva durata della fase preistruttoria del procedimento rispetto a quella istruttoria, l'argomentazione appare destituita di ogni fondamento. Si osserva, infatti, che, come affermato del giudice amministrativo, *“non sussiste alcun termine, neppure di natura acceleratoria, ricollegabile alla data di presentazione delle segnalazioni, entro il quale debba intervenire la comunicazione di avvio del procedimento, la cui “temporalizzazione” è ovviamente condizionata dal numero e dal contenuto delle segnalazioni, dall'ampiezza temporale della stessa pratica commerciale scorretta, dalla maggiore o minore complessità della fattispecie”*<sup>2</sup>. Parimenti appare infondata la doglianza relativa alla conseguente compressione del diritto di difesa della Parte, posto che le tempistiche disposte dal Regolamento sono del tutto idonee a garantire un pieno esercizio del diritto in questione, come peraltro si è verificato nel caso di specie<sup>3</sup>.

21. Nel merito, la promessa pubblicitaria veicolata nei messaggi in parola (*“vieni in Credem e apri conto NonSoloTre, 3% per un anno”*) induce il consumatore nell'erroneo convincimento che il rendimento prospettato si applichi sull'intera somma depositata sul conto corrente e non sui soli importi che superano i 15.000 euro (e non eccedono i 75.000 euro). La proposta commerciale della Banca, così come formulata all'interno degli *spot* contestati, risulta pertanto estremamente allettante per il consumatore, cui vengono prospettati i vantaggi di un rendimento certo ed indubbiamente elevato rispetto a quello mediamente presente sul mercato, senza però dare evidenza della limitazione connessa a tale offerta, peraltro particolarmente stringente, considerato lo scaglione infruttifero alquanto elevato della giacenza minima. L'assenza di tale indicazione non

<sup>2</sup> Tar del Lazio, sez. I, sentenza n. 24994 del 13 luglio 2010, *Tim Sogno*.

<sup>3</sup> In particolare, la Parte ha esercitato il diritto di accesso agli atti e ha prodotto memorie difensive.

consente, quindi, al consumatore di effettuare un'adeguata valutazione dell'effettiva convenienza dell'offerta, perché lo priva della possibilità di avere contezza delle condizioni economiche complete della stessa ai fini sia di una corretta ponderazione della convenienza della proposta in questione sia del raffronto con altre offerte presenti sul mercato.

22. In tale contesto, contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, il rinvio nei messaggi ad altre fonti informative, rappresentate nello specifico dal sito Internet della Banca e dalla documentazione precontrattuale relativa al prodotto in questione, non può ritenersi sufficiente ad escludere la portata decettiva del messaggio. Pur tenuto conto delle restrizioni imposte dal mezzo di comunicazione utilizzato, infatti, le informazioni necessarie ad una corretta comprensione dell'offerta pubblicizzata devono essere fornite contestualmente, potendo il rinvio ad altra fonte servire, al più, ad integrare i contenuti di quanto prospettato, ma non a circoscrivere e ridimensionare la portata di vanti suscettibili di ingenerare nel consumatore specifiche aspettative in merito all'entità dei vantaggi derivanti dall'adesione all'offerta stessa.

23. Né può condividersi l'ulteriore argomentazione della Parte, secondo cui sarebbe indimostrato che l'assenza di tali informazioni possa aver indotto il consumatore ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: secondo il costante orientamento dell'Autorità, confermato anche dalla giurisprudenza amministrativa, il messaggio pubblicitario di per sé considerato, nei suoi contenuti e capacità persuasive, costituisce già un "primo aggancio" del consumatore ed è immediatamente idoneo a condizionarne le scelte economiche. Ai fini della configurazione dell'illecito non occorre l'analisi degli effetti prodotti dalla condotta, essendo invece sufficiente che, sulla base di un giudizio prognostico, la stessa sia ritenuta idonea ad incidere potenzialmente sulle scelte dei consumatori.

23. La pratica commerciale posta in essere da Credem, consistente nella diffusione via radio dei messaggi pubblicitari descritti, deve pertanto ritenersi ingannevole, in quanto sono omesse informazioni essenziali al fine di consentire al consumatore di apprezzare l'effettiva convenienza economica dell'offerta e di determinare in maniera pienamente consapevole il proprio comportamento in relazione al prodotto promosso dal professionista.

24. La pratica commerciale in esame deve inoltre ritenersi non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile nel caso di specie, in considerazione sia dell'importanza del professionista sia della rilevanza delle carenze informative riscontrate nei messaggi.

25. Alla luce delle precedenti considerazioni la pratica commerciale in esame risulta pertanto scorretta ai sensi degli articoli 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al servizio offerto dal professionista.

## **VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE**

26. Ai sensi dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 500.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

27. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'art. 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'art. 27, comma 13, del Codice del Consumo: 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.

28. Con riguardo alla gravità della violazione si tiene conto, nella fattispecie in esame, della dimensione del professionista, rilevante operatore del settore del credito nel mercato nazionale, dell'entità del pregiudizio economico potenziale per il consumatore, derivante dall'esistenza di soglie infruttifere al di fuori delle quali non si applica rendimento prospettato, nonché dal grado di penetrazione del messaggio in esame che, in ragione delle modalità di diffusione (*spot* radiofonici), è suscettibile di aver raggiunto un ampio numero di destinatari.

29. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 14 al 27 marzo 2011, tramite la diffusione di *spot* radiofonici sulle emittenti nazionali Radio24 e RTL 102.5 ed altre emittenti a carattere locale (Radio Zeta, Radio Bruno, Radio Kiss Kiss Italia, Radio Number One, Radio Babboleo, Radio G.R.P.), per un totale di circa 750 passaggi.

30. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Credito Emiliano S.p.A. nella misura di 100.000 € (centomila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la diffusione via radio di messaggi pubblicitari ingannevoli con riferimento alla prospettata remuneratività del prodotto, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione al prodotto pubblicizzato dal professionista;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II del presente provvedimento, posta in essere dalla società Credito Emiliano S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20, comma 2, e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Credito Emiliano S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 (centomila) euro;

La sanzione amministrativa di cui alla precedente lettera b) deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando l'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997. Tale modello può essere presentato in formato cartaceo presso gli sportelli delle banche, di Poste Italiane S.p.A. e degli Agenti della Riscossione. In alternativa, il modello può essere presentato telematicamente, con addebito sul proprio conto corrente bancario o postale, attraverso i servizi di *home banking* e CBI messi a disposizione dalle banche o da Poste Italiane S.p.A., ovvero *utilizzando i servizi telematici dell'Agenzia delle Entrate, disponibili sul sito internet [www.agenziaentrate.gov.it](http://www.agenziaentrate.gov.it)*.

Ai sensi dell'art. 37, comma 49, del decreto-legge n. 223/2006, i soggetti titolari di partita IVA, sono obbligati a presentare il modello F24 con modalità telematiche.

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'art. 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'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo, 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 in considerazione della natura dell'illecito e per assicurare al pubblico la più ampia conoscenza della propria attività istituzionale.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'art. 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'art. 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 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  
*Roberto Chieppa*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*

---