DB non solo diritto bancario

leggi l'articolo nel sito www.dirittobancario.it

ATTUALITÀ

Piattaforme on-line di preventivazione e comparazione: in arrivo chiarimenti

14 Febbraio 2022

Danilo Quattrocchi, Partner, ADVANT Nctm

Danilo Quattrocchi, Partner, ADVANT Nctm

Danilo Quattrocchi

Danilo Quattrocchi è specializzato nell'assistenza su tematiche concernenti il governo societario e la compliance regolamentare, anche nel quadro di operazioni di M&A e capital market. Presta assistenza a banche, SGR, SIM, intermediari finanziari, enti di previdenza complementare e primari gruppi assicurativi. In aggiunta, assiste banche e intermediari finanziari su tematiche connesse all'applicazione della normativa antiriciclaggio e antiusura, ai servizi di investimento, alla normativa comunitaria in materia di servizi di pagamento, moneta elettronica e credito ai consumatori e, più in generale, sulla normativa di trasparenza applicabile alla commercializzazione di prodotti bancari e finanziari.

Introduzione

Lo scorso 12 gennaio l'Organismo degli Agenti e dei Mediatori ("**OAM**") ha avviato una consultazione pubblica su uno schema di Comunicazione interpretativa recante "*Chiarimenti in merito al funzionamento delle piattaforme on-line che offrono servizi di preventivazione e/o comparazione di opzioni di finanziamento*" ("**Comunicazione**").

Nella prospettiva dell'Organismo, i chiarimenti contenuti nella Comunicazione si rendono necessari alla luce della crescente rilevanza che stanno assumendo piattaforme *on-line* che prestano servizi di preventivazione e/o comparazione di opzioni di finanziamento, accompagnati dalla successiva agevolazione del contatto con le banche che propongono tali prodotti di credito.

Obiettivo dell'intervento è, dunque, il superamento di oggettive incertezze circa il perimetro entro cui l'attività di tali piattaforme debba essere considerata riservata a soggetti iscritti negli elenchi tenuti dall'OAM, principalmente per quanto attiene alle attività di contatto con la clientela.

In ragione dell'approssimarsi del termine della consultazione, appare utile soffermarsi brevemente sui principali profili di attenzione richiamati nella Comunicazione, nonché su taluni preliminari spunti di riflessione in merito al testo elaborato dall'Organismo.

La Comunicazione

Come evidenziato in premessa, la Comunicazione muove dall'esigenza di risolvere alcune incertezze circa il perimetro delle attività riservate a operatori iscritti negli elenchi OAM, in quanto evidente fonte di potenziale ostacolo allo svolgimento di un'efficace attività di controllo della correttezza dei comportamenti dei soggetti coinvolti.

La presenza di tali margini di incertezza è tuttavia suscettibile di determinare anche condizioni di disparità competitiva tra soggetti operanti sullo stesso segmento di mercato. Non sfugge, infatti, la circostanza per cui allo svolgimento della medesima attività corrisponde l'applicazione (o quanto meno l'applicabilità) di regimi normativi differenti, a seconda che si tratti o meno di soggetti abilitati (dunque vigilati), con inevitabili ricadute in termini di costi di *compliance* e di strategie di *business* potenzial-

vedi l'articolo online

mente attivabili.

La Comunicazione rivolge in particolare la propria attenzione all'operatività di gestori di piattaforme *on-line* che forniscono servizi di comparazione gratuita di uno o più preventivi di prodotti del credito erogati da finanziatori diversi, agevolando il successivo contatto tra le parti.

Tali soggetti operano di norma mediante meccanismi di c.d. *lead generation*, per tali intendendosi tentativi di contatto con potenziale clientela interessata a un finanziamento, principalmente mediante *advertising on-line,* cui segue un'attività di raccolta di specifiche informazioni anagrafiche e reddituali dei potenziali clienti raggiunti (attività c.d. "di profilazione delle esigenze del cliente").

Gli elementi potenzialmente critici, evidenziati dall'OAM come caratteristici dello svolgimento di tali attività da parte dalle piattaforme in commento, attengono a due diversi profili:

- il primo è relativo alla mancanza di trasparenza e correttezza nei confronti della clientela servita. Ad avviso dell'Organismo, i clienti sarebbero molto spesso non adeguatamente informati del fatto che l'attività di comparazione è di fatto ristretta ai soli prodotti distribuiti dai finanziatori *partner* della piattaforma. Il prodotto consigliato al cliente potrebbe, dunque, in concreto, non rappresentare la migliore soluzione disponibile sul mercato o quella più rispondente alle esigenze dell'utente;

- il secondo è relativo alla circostanza per cui, mentre alcune delle piattaforme che prestano i servizi di cui sopra sono gestite da intermediari del credito e/o da soggetti finanziatori, altre sono operate da soggetti non appartenenti al settore finanziario e, pertanto, non sottoposti al controllo di alcuna Autorità di Vigilanza del settore.

Con riferimento al primo dei due profili evidenziati, l'Organismo, in conclusione alla Comunicazione, descrive le misure correttive che ritiene necessario approntare: la piattaforma deve informare l'utente che la stessa non garantisce la comparazione dell'intera gamma di offerte disponibili sul mercato, non proponendo pertanto il prodotto in assoluto più conveniente. È onere, della piattaforma, inoltre, informare il cliente del fatto che le condizioni dell'offerta proposta all'esito delle simulazioni potrebbero variare dopo le valutazioni effettuate dal finanziatore sulla specifica posizione del cliente.

L'OAM ricorda, infine, che allo stesso Organismo è attribuita la verifica della corretta applicazione delle regole di trasparenza sopra menzionate, attendendo all'attività di prevenzione e al contrasto dell'esercizio abusivo dell'attività di intermediazione creditizia, ai sensi dell'art. 140-*bis* del D.Lgs. 1 settembre 1993, n. 385 (Testo Unico Bancario).

In merito, invece, al secondo dei richiamati profili, la Comunicazione precisa quali attività risultano esercitabili anche da piattaforme non iscritte in OAM e quali, invece, devono intendersi riservate a soggetti abilitati.

Ad avviso dell'Organismo, "*l'utilizzo di siti internet o di strumenti di web marketing - il cui scopo sia incentivare l'utente a fornire i propri dati per facilitare un contatto con i finanziatori avente finalità di promozione creditizia - dovrebbe consistere, se attuato da parte di soggetti non sottoposti a Vigilanza, nella mera raccolta dei dati anagrafici e di contatto di soggetti potenzialmente interessati a eventuali prodotti di credito, senza l'intervento di alcuna – seppur minima – raccolta di dati o profilazione in merito alle esigenze di credito dell'utente e in assenza di qualunque forma di promozione del prodotto o di analisi, istruttoria e informazione sullo stesso*".

Il perimetro della riserva è, dunque, individuato nella tipologia di informazioni raccolte in esito all'interazione con la clientela. I dati anagrafici e di contatto possono essere richiesti all'utenza raggiunta senza la necessità di iscrizione all'albo degli agenti e dei mediatori. La raccolta di dati o profilazione ulteriore costituisce, invece, attività soggetta a riserva.

Nella prospettiva dell'Organismo, aspetto determinante per la riconduzione dell'attività prestata all'interno del perimetro della riserva di attività risulta, infatti, l'elemento della profilazione delle esigenze di credito del potenziale cliente.

Quando tale sia la finalità della piattaforma, l'OAM ritiene soggette a riserva anche l'attività di raccolta di informazioni (diverse da dati anagrafici e di contatto), o la conduzione di attività di promozione del prodotto, descrizione dello stesso o istruttoria di pratiche dei potenziali clienti.

A tal riguardo, si osserva tuttavia come, nella fase successiva a quella di c.d. *lead generation*, risultano astrattamente individuabili due ulteriori fasi, tendenzialmente autonome tanto concettualmente quan-

vedi l'articolo online

to cronologicamente.

Si ritiene, infatti, possibile individuare, in primo luogo, un'attività di mera raccolta (materiale) di informazioni dai clienti, non necessariamente limitate ai dati anagrafici e di contatto dei soggetti intercettati, ma potenzialmente riguardanti anche ulteriori circostanze.

Tale attività, qualora si sostanzi nella mera somministrazione di un questionario e nell'archiviazione delle risposte fornite dal cliente, in assenza di qualunque forma di promozione di prodotti di credito o di analisi, istruttoria e informazione sugli stessi, non dovrebbe ritenersi, ad avviso di chi scrive, inclusa nell'alveo dell'attività di mediazione creditizia.

Diversa e idealmente successiva alla precedente sarebbe, invece, la fase di elaborazione/aggregazione dei dati e delle informazioni in precedenza raccolti, che risulta in concreto finalizzata all'individuazione di una proposta commerciale rispondente alle esigenze di finanziamento del cliente e che ben può essere condotta da un soggetto differente da quello che ha somministrato il questionario.

Mentre l'operatività da ultimo descritta è, senza dubbio, riconducibile all'interno del perimetro dell'attività di mediazione creditizia, pertanto soggetta a riserva (e, dunque, esercitabile unicamente da soggetti abilitati all'attività di mediazione, in quanto iscritti all'OAM), si è invece del parere che l'attività di mera raccolta delle informazioni "grezze" (eventualmente mediante somministrazione di un questionario contenente informazioni relative anche alle esigenze di credito del potenziale cliente), non accompagnata da alcuna ulteriore attività di elaborazione e valutazione delle informazioni fornite, non richieda di per sé l'iscrizione nell'elenco degli agenti e dei mediatori.

L'Organismo descrive, infine, un ulteriore categoria di servizi, comune nella prassi, generalmente ascrivibile alla circostanza in cui un soggetto operi quale mera "vetrina pubblicitaria", che ritiene al di fuori del perimetro della riserva di attività.

Il riferimento è, in particolare, all'attività svolta da piattaforme che – avendo un *core business* del tutto diverso rispetto a quello dell'intermediazione creditizio-finanziaria – mostrano un mero *banner*/annuncio che rinvii direttamente ad un sito *internet*/filiale operativa gestite da un soggetto iscritto in OAM o da un intermediario bancario e/o finanziario abilitato.

Analoga alla fattispecie sopra descritta risulta l'attività di chi si limiti ad effettuare simulazioni astratte di assumibilità creditizia oppure a riportare un elenco di soggetti finanziatori che offrono finanziamenti senza alcuna raccolta di dati sull'esigenza creditizia né indicazione di preventivi riguardanti specifici prodotti e indirizzando direttamente il potenziale cliente ad un soggetto iscritto in OAM o ad un intermediario bancario e/o finanziario abilitato.

Sia pure con le precisazioni di cui sopra – in relazione alle quali si auspica una favorevole presa di posizione da parte di OAM – si ritiene in ultima istanza che la Comunicazione offra un significativo contributo di chiarezza agli operatori del settore, rimuovendo talune delle incertezze interpretative che oggi appaiono idonee ad alterare il c.d. "level playing field".

DB non solo diritto bancario

A NEW DIGITAL EXPERIENCE

dirittobancario.it