



AUTORITÀ GARANTE  
DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

# **Bollettino**

Settimanale

Anno XXIII - n. 26

**Pubblicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it)  
8 luglio 2013**

## PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE

### PS8712 - UNICREDIT-CONTO RISPARMIO SICURO

*Provvedimento n. 24402*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA dell'11 giugno 2013;

SENTITO il Relatore Dottor Salvatore Rebecchini;

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 l'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, che ha aumentato il massimo edittale della sanzione a 5.000.000 euro;

VISTO il "*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera dell'8 agosto 2012;

VISTO il proprio provvedimento del 4 aprile 2013, con il quale, ai sensi dell'art. 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, per particolari esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

### I. LA PARTE

1. Unicredit S.p.A. (di seguito, Unicredit), in qualità di professionista, ai sensi dell'art. 18, lettera b), del Codice del Consumo. La società, a capo di uno dei principali gruppi finanziari europei, esercita l'attività di banca commerciale nell'offerta di servizi bancari, finanziari e assicurativi e ha realizzato nel 2012 un fatturato, calcolato applicando in via analogica i criteri utilizzati in materia di comunicazione delle concentrazioni nel settore bancario di cui all'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, pari a circa 43 miliardi di euro.

### II. LA PRATICA COMMERCIALE

2. Il procedimento concerne il comportamento posto in essere dal professionista, consistente nella diffusione di messaggi pubblicitari a partire dal mese di maggio 2012, relativi al prodotto denominato "Conto Risparmio Sicuro", dando particolare enfasi alla possibilità di ottenere con tale prodotto uno specifico tasso di interesse, indicato nella sua misura massima.

3. In particolare, il presente procedimento ha ad oggetto i seguenti messaggi pubblicitari:

a) uno *spot* andato in onda tra il 20 maggio 2012 e il 14 giugno 2012 sulle principali reti televisive nazionali nel quale, dopo una sequenza di immagini che mostrano situazioni quotidiane sgradevoli affiancate ad altre analoghe, ma piacevoli, si inserisce una voce che invita "*La vita è fatta di alti e bassi, affrontala dando sicurezza ai tuoi risparmi, entra in Unicredit, trovi Conto*

*Risparmio Sicuro, il tuo capitale è garantito e cresce nel tempo*". Nel contempo sullo schermo, in un riquadro in alto a sinistra, compaiono in sequenza le scritte "CONTO RISPARMIO SICURO" "CAPITALE GARANTITO" e a seguire "CRESCE FINO AL 7% DI INTERESSI", con una grafica nel numero che dà l'impressione che scorra fino ad arrivare al 7%. Infine, in calce al video compare un *super* in caratteri estremamente piccoli in due schermate successive, sostanzialmente illeggibile, che riporta la seguente dicitura "Messaggio pubblicitario. Per le condizioni contrattuali e per quanto non espressamente indicato fare riferimento ai fogli informativi disponibili presso tutte le filiali della banca e sul sito [www.unicredit.it](http://www.unicredit.it). Il Conto Risparmio Sicuro è un conto deposito (...). Tasso fisso predefinito e crescente di anno in anno fino alla scadenza; è possibile uscire anticipatamente (...). Il tasso annuo lordo massimo del 7% è riferito a un deposito con vincolo quinquennale ed è applicato solo per il quinto anno di deposito. (...)";

b) messaggi pubblicitari diffusi tramite emittenti radiofoniche dal 20 maggio 2012 al 14 giugno 2012, nei quali si afferma: "Entra in Unicredit, trovi Conto Risparmio Sicuro, il tuo capitale è garantito e può crescere fino a un tasso del 7% lordo", rinviando poi al *call center* di Unicredit, al sito internet e ai fogli informativi;

c) locandina affissa all'esterno delle agenzie Unicredit, che riporta in evidenza il tasso di interesse, diffusa dal 20 maggio 2012 al 15 giugno 2012, (**FIG. 1**). La scritta in caratteri piccoli alla base della locandina è analoga al *super* riportato nel messaggio televisivo di cui al punto a);

d) *brochure* disponibile presso le agenzie Unicredit (**FIG. 2**), diffusa dal 20 maggio 2012 e ancora in diffusione al 4 febbraio 2013;

e) messaggi diffusi nell'ambiente banca multicanale, visualizzabili solo dai clienti della banca che utilizzano il canale internet, con particolare riferimento al banner diffuso dal 18 maggio 2012 al 27 dicembre 2012 e alle relative "pagine di appoggio" (**FIG. 3**).

FIG. 1 Locandina affissa all'esterno delle agenzie Unicredit

Vuoi far crescere  
il tuo capitale  
senza rischi?

FINO AL  
**7%**  
DI INTERESSI

Con noi  
i tuoi risparmi  
fruttano  
nel tempo.

Conto Risparmio Sicuro:  
puoi uscire prima della scadenza  
e il tuo capitale è garantito.

La vita è fatta di alti e bassi.  
Noi ci siamo in entrambi i casi.

Benvenuto in  
**UniCredit**

Il presente annuncio pubblicitario è puramente informativo e non costituisce offerta né sollecitazione di sottoscrizione di alcun prodotto finanziario. Per maggiori informazioni, si prega di rivolgersi al proprio consulente finanziario. Il presente annuncio pubblicitario è puramente informativo e non costituisce offerta né sollecitazione di sottoscrizione di alcun prodotto finanziario. Per maggiori informazioni, si prega di rivolgersi al proprio consulente finanziario.

FIG. 2: Brochure diffusa presso i locali Unicredit, lato esterno e interno

RISPARMIO SICURO

Vuoi far crescere  
il tuo capitale  
senza rischi?



Con Conto  
**Risparmio Sicuro**  
i tuoi risparmi  
fruttano  
nel tempo.

Plus valore prima della scadenza  
e il tuo capitale è garantito

-  **AGENZIA**  
3.900 Agenzie in Italia
-  **SPORTELLI BANCOMAT  
E TOTAL MULTIFUNZIONE**  
Una rete di 7.800 ATM  
e oltre 2.100 Total Multifunzione
-  **ONLINE**  
unicredit.it
-  **TELEFONO**  
Numero Verde 800 32 32 85
-  **MOBILE**  
unicredit.it



La vita è fatta di alti e bassi.  
Noi ci siamo in entrambi i casi.

Benvenuto in  
**UniCredit**

## Conto Risparmio Sicuro

La soluzione ideale  
per far crescere i propri risparmi.

Il Conto Risparmio Sicuro è un conto di deposito che si rivolge principalmente a tutti i risparmiatori interessati a impieghi di medio durata e a un rendimento affidabile. Con la grande affidabilità, convenienza e protezione, può mettere al sicuro i risparmi dalle turbolenze dei mercati finanziari. In un contesto di mercato molto incerto il Conto Risparmio Sicuro costituisce una vera risposta a queste esigenze.

**CARATTERISTICHE PRINCIPALI**

- Tasso fisso crescente nel tempo.
- Importo minimo sottoscrivibile 5.000 euro fino ad un massimo di 1.000.000 euro.
- Durata del deposito: 16 o 60 mesi.
- Sicurezza del capitale.
- Interessi trimestrali.
- Vendita tramite finestre di sottoscrizione (periodo di offerta).
- Possibilità di uscita anticipata dopo 12 mesi (versione a 16 mesi) o dopo 18 mesi (versione a 60 mesi) dalla data di regolamento e successivamente con frequenza trimestrale.

**VANTAGGI**

- **Sicurezza:** l'importo versato non è soggetto alla volatilità dei mercati ed è esente dalle gestioni del Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi.
- **Convenienza:** sul deposito, pena di costo è garantita un tasso fisso crescente molto competitivo (scade con frequenza trimestrale).
- **Flexibilità:** è possibile chiedere il rimborso anticipato del capitale anche parzialmente senza penalizzazioni (riservata il periodo iniziale di vincolo).
- **Semplicità:** per aprirlo è sufficiente essere in possesso di un conto corrente.



Entra subito in UniCredit con il tuo smartphone, sfiorando il QR code che trovi qui accanto!

**IN-FORMATI**

 I dubbi di ogni giorno su banca e finanza sono un rompicapo? I nostri corsi sono la risposta giusta per fare ordine e semplificare. Scopri in formato, il programma gratuito di educazione bancaria e finanziaria creato il sito internet [www.unicredit.it/in-formati](http://www.unicredit.it/in-formati)

Una attività promozionale della Banca di Napoli che ha come finalità principale la diffusione di cultura finanziaria e di educazione bancaria e finanziaria presso i clienti della Banca di Napoli. Il programma è gratuito e si svolge in formato cartaceo e online. Per informazioni e per accedere al programma, visitate il sito [www.unicredit.it/in-formati](http://www.unicredit.it/in-formati).

FIG. 3: materiali pubblicati nell'ambiente protetto di banca via internet



**I tuoi risparmi possono fruttare fino al 7% lordo.**  
 Fal crescere il tuo capitale nel tempo senza rischi.

**FINO AL 7% LORDO DI INTERESSI**

**SCOPRI DI PIÙ >**

---

**I tuoi risparmi fruttano fino al 7% lordo.**  
 Fal crescere il tuo capitale nel tempo senza rischi.

**FINO AL 7% LORDO DI INTERESSI**

**Il tuo consulente ti aspetta** **FISSA UN APPUNTAMENTO >**

**Conto Risparmio Sicuro** è il conto deposito per chi è interessato ad un impiego di denaro con durata e interessi predefiniti, con la possibilità di disinvestire prima della scadenza senza penalizzazioni.

<p>Ti permette di scegliere tra due versioni:</p> <p>36 mesi con tasso fino al <b>5,00% lordo*</b>.</p> <p>60 mesi con tasso fino al <b>7,00% lordo*</b>.</p>	<p>Scegli una soluzione sicura per i tuoi risparmi con:</p> <p>Importo sottoscrivibile a partire da <b>5.000</b> fino a 1.000.000 euro.</p> <p><b>Nessun costo</b> di apertura e nessuna spesa di gestione.</p> <p><b>Possibilità di estinzione anticipata</b> totale o parziale.</p>	<p>Altre caratteristiche del prodotto sono:</p> <p><b>Liquidazione interessi:</b> trimestrale per tutte le durate.</p> <p><b>Garantito dal Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi</b> fino a 100.000 euro.</p>
---	---	--

Inoltre avrai tutti i vantaggi di un **Servizio di Consulenza** dedicato che fornisce una risposta sistematica ai tuoi bisogni di investimento sviluppando una relazione duratura nel tempo e offrendo una consulenza professionale sugli investimenti.

\* Ritenute fiscali sugli interessi creditari secondo le disposizioni legislative tempo per tempo vigenti.  
 Messaggi pubblicitari.  
 Per le condizioni contrattuali e per quanto non espressamente indicato fare riferimento ai fogli informativi disponibili presso tutte le Filiali della Banca e sul sito [www.unicredit.it](http://www.unicredit.it). Il Conto Risparmio Sicuro è un conto deposito venduto da UniCredit SpA tramite le Filiali contraddistinte UniCredit Banca, UniCredit Banca di Roma, Banco di Sicilia e UniCredit Private Banking. Tasso fisso predefinito e crescente di anno in anno fino alla scadenza, è possibile uscire anticipatamente, trascorso il periodo minimo di vincolo - 12 mesi per vincolo 3 anni e 18 mesi per vincolo 5 anni - senza alcuna penalizzazione. Il tasso annuo lordo massima del 7% è riferito ad un deposito con rimborsi quinquennali ed è applicato solo per il quinto anno di deposito. Per la sottoscrizione occorre essere titolari di un conto corrente UniCredit. Offerta valida fino al 15 giugno 2012 salvo chiusura anticipata per esaurimento quote per depositi da un minimo di € 5.000 ad un massimo di € 1.000.000.

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) L'iter del procedimento

4. In relazione alla pratica commerciale sopra descritta, in data 18 dicembre 2012 è stato comunicato alla Parte l'avvio del procedimento istruttorio n. PS8712 per possibile violazione degli artt. artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, consistente nella diffusione di messaggi pubblicitari relativi al conto deposito denominato "Conto Risparmio Sicuro", con particolare riferimento agli spot televisivi descritti al punto a) della sezione II del presente provvedimento e ai messaggi presenti sul sito internet [www.unicredit.it](http://www.unicredit.it) al 5 dicembre 2012. In estrema sintesi, nella comunicazione di avvio è stato evidenziato come i messaggi, nei quali si pone in assoluta o

addirittura esclusiva evidenza la misura del tasso di interesse massimo (7% oppure 5,50%) ottenibile tramite il prodotto di risparmio, potrebbero non rappresentare in modo completo e veritiero le reali caratteristiche dell'offerta, lasciando intendere che tale tasso massimo fosse indicativo del rendimento complessivo del prodotto, quando invece indica solo il rendimento riconosciuto nell'ultimo anno dopo un vincolo di cinque anni. Inoltre, i messaggi potrebbero non presentare in modo sufficientemente chiaro l'esistenza di un vincolo minimo di diciotto mesi delle somme depositate.

5. In data 4 febbraio 2013 la Parte ha risposto alla richiesta di informazioni formulata in sede di comunicazione di avvio del procedimento, presentando anche memorie difensive.

6. In data 26 marzo è stata comunicata alla Parte l'estensione oggettiva del procedimento, per includere messaggi pubblicitari ulteriori rispetto a quelli oggetto della comunicazione di avvio del procedimento, con particolare riferimento ai messaggi descritti ai punti b), c), d), e) della sezione II del presente provvedimento.

7. In data 10 aprile 2013 la Parte ha esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento.

8. In data 12 aprile 2013 è stata comunicata alla Parte la proroga del procedimento, deliberata dall'Autorità il 4 aprile 2013.

9. In data 12 aprile 2013 è stata comunicata alla Parte la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'art. 16, comma 1, del Regolamento.

10. La Parte ha presentato ulteriori memorie il 29 aprile 2013.

## **2) Le evidenze acquisite**

11. La struttura remunerativa del conto di deposito Conto Risparmio Sicuro prevede un tasso fisso annuale, che cresce di anno in anno per i cinque anni di durata del conto. Dal 18 maggio 2012 al 20 gennaio 2013 sono state offerte secondo diverse finestre temporali quindici tipologie di conto, caratterizzate da diverse strutture temporali dei tassi (TAN), riportate in **TAB. 1**.

Nella medesima tabella, nell'ultima colonna a destra, si evidenzia per ciascuna tipologia di offerta, il Tasso Interno di Rendimento del prodotto, che quantifica il rendimento annuale del prodotto, se mantenuto per cinque anni.

Così, ad esempio, un consumatore che ha acquistato il prodotto il 18 maggio 2012 ha ottenuto per il primo anno un tasso di interesse del 2%, per il secondo 2,50%, il terzo 4%, il quarto 5%, il quinto 7%. Il rendimento complessivo ottenuto da tale consumatore è equivalente a quello ottenuto da un consumatore che ha depositato il proprio denaro in un conto di deposito che garantiva il 4% annuo<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Cfr. doc. 9.

**TAB. 1:** Tassi di interesse annuali (TAN) riconosciuti per il Conto Risparmio Sicuro in ciascun anno e Tasso Interno di Rendimento annuale (TIR) equivalente.

PERIODO	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO	V ANNO	TIR
18/5 - 15/6/12	2,00%	2,50%	4,00%	5,00%	7,00%	4,00%
18/6 - 27/6/12	2,50%	3,20%	4,25%	5,25%	7,00%	4,35%
2/7 - 13/07/12	2,50%	3,25%	4,00%	5,25%	7,00%	4,31%
16/7 - 27/7/12	2,50%	3,25%	4,25%	5,25%	7,00%	4,36%
1/8 - 10/8/12	2,50%	3,25%	4,25%	5,25%	7,00%	4,36%
3/9 - 14/9/12	2,00%	2,35%	3,25%	4,75%	7,00%	3,78%
17/9 - 26/9/12	2,00%	2,50%	3,75%	4,50%	6,00%	3,68%
1/10 - 12/10/12	2,00%	2,30%	3,00%	4,50%	6,00%	3,49%
15/10 - 26/10/12	2,00%	2,25%	2,75%	3,50%	5,50%	3,15%
02/11 - 16/11/12	1,40%	2,00%	2,75%	3,50%	5,50%	2,97%
19/11 - 28/11/12	1,25%	1,55%	2,00%	3,00%	5,50%	2,61%
03/12 - 14/12/12	1,25%	1,55%	2,00%	3,00%	5,50%	2,61%
17/12 - 27/12/12	1,00%	1,50%	2,00%	3,00%	4,75%	2,41%
07/01 - 18/01/13	0,75%	1,25%	2,00%	3,00%	4,25%	2,21%
21/01 - 29/01/13	0,85%	1,25%	2,00%	3,00%	4,25%	2,23%

12. Altre caratteristiche rilevanti del conto di deposito in esame sono le seguenti:

- 1) la durata minima del vincolo è diciotto mesi;
- 2) dopo tale periodo, lo svincolo è possibile solo in corrispondenza delle c.d. “date di uscita anticipata”, con cadenza trimestrale, previo preavviso da notificare dieci giorni prima di tale data alla banca, e per importi pari al 25%, 50%, 75% o 100% dell’importo depositato;
- 3) il deposito minimo è di 5.000 euro, incrementabili di euro 1.000 e multipli.

13. Dal maggio al dicembre 2012 sono stati aperti  $[10.000-30.000]^2$  conti per un controvalore di  $[300-600]$  milioni di euro<sup>3</sup>.

### 3) Le argomentazioni difensive della Parte

14. Il professionista ritiene di aver agito nel rispetto del canone della diligenza professionale avendo tenuto un comportamento conforme a “*precise e stringenti disposizioni legislative e regolamentari di settore, di derivazione comunitaria e aventi finalità di tutela del consumatore*”<sup>4</sup>, contenute nel Testo Unico Bancario (di seguito anche TUB) e nella normativa secondaria emanata da Banca d’Italia, che rappresenterebbe un sistema di regole completo ed esaustivo. In particolare, il comportamento del professionista sarebbe conforme a quanto previsto dall’art. 116 del TUB, rubricato “*Pubblicità*”, recentemente riformulato dal Decreto Legislativo n. 141/10 in attuazione della Direttiva 2008/48/CE, dal momento che la Banca d’Italia non ha attivato i propri poteri in relazione ai messaggi oggetto del presente procedimento<sup>5</sup>.

<sup>2</sup> Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

<sup>3</sup> Cfr. doc. 9.

<sup>4</sup> Cfr. doc 20

<sup>5</sup> Cfr. doc. 9

15. I messaggi contestati sono inadeguati ad indurre in errore i consumatori. In particolare, la Parte sostiene che la principale caratteristica del prodotto in questione è di essere a basso rischio. Pertanto, i messaggi sono stati configurati per dare risalto alla presenza di un capitale garantito e sicuro piuttosto che al tasso di remunerazione, sul quale non era intenzione del professionista richiamare l'attenzione dei consumatori. Peraltro, la presenza, accanto al tasso di interesse, di indicazioni quali "fino a" e "può crescere fino a" e "tasso di interesse massimo", appare idonea a descrivere in modo chiaro e completo la struttura remunerativa del prodotto, non essendo in grado di ingenerare il convincimento che il tasso pubblicizzato possa essere un tasso fisso riconosciuto per tutta la durata del rapporto<sup>6</sup>. A conferma del carattere non decettivo dei messaggi, la Parte afferma che sarebbe pervenuto un numero molto esiguo di reclami in relazione al prodotto in questione.

16. Inoltre, le condizioni essenziali del prodotto sarebbero state riportate nella misura consentita dai limiti strutturali e tecnici di ciascuno strumento di comunicazione. Ad esempio, molte informazioni aggiuntive sono riportate nel messaggio televisivo nel c.d. *super*, mentre nella *brochure*, nella locandina e nei messaggi presenti sullo spazio di banca internet molti dettagli sono forniti in *disclaimer* alla base dei messaggi. Inoltre, nei messaggi c'è un rimando al numero verde e al sito internet di Unicredit nonché ai fogli informativi<sup>7</sup>.

17. La condizione relativa al vincolo delle somme per ottenere il tasso pubblicizzato sarebbe insita nelle caratteristiche stesse del prodotto, che è un conto di deposito vincolato, che consente di lucrare tassi maggiori proprio in ragione del vincolo.

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

18. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa per via televisiva e attraverso mezzi di telecomunicazione, in data 30 aprile 2013 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'art. 27, comma 6, del Codice del Consumo.

19. Con parere pervenuto in data 29 maggio 2013, la suddetta Autorità ha ritenuto che la pratica commerciale in esame risulta scorretta ai sensi degli artt. 20, 21 e 22 del Codice del Consumo, sulla base delle seguenti considerazioni:

- nei messaggi descritti nella comunicazione di avvio del procedimento, si pone in assoluta o addirittura esclusiva evidenza la misura del tasso di interesse massimo (7% oppure 5,50%) ottenibile tramite il prodotto di risparmio, e che tali messaggi rappresentano in modo non completo e veritiero le reali caratteristiche dell'offerta, lasciando intendere che tale tasso massimo sia indicativo del rendimento complessivo del prodotto. Inoltre, i messaggi presentano l'esistenza di un vincolo minimo di diciotto mesi delle somme depositate;
- i messaggi in oggetto, concretizzandosi nella promozione di servizi creditizi, sono sottoposti a stringenti vincoli normativi relativamente alle modalità di pubblicizzazione di quanto offerto. Ciò considerato, i messaggi omettono di specificare con sufficiente chiarezza che tale tasso di interesse massimo, superiore a quello offerto da operatori concorrenti per analoghi conti di deposito, è riconosciuto, in realtà, solo ad esito di un vincolo di lunga durata, ovvero di cinque

<sup>6</sup> Cfr. doc. 20.

<sup>7</sup> Cfr. doc. 9 e 20.

anni, ed esclusivamente per il quinto anno, senza dare altrettanta evidenza ai tassi di interesse sensibilmente inferiori riconosciuti negli anni precedenti al quinto, e che pertanto non si forniscono al consumatore tutte le informazioni essenziali per effettuare un scelta finanziaria consapevole;

- che i messaggi in oggetto non forniscono in modo chiaro evidenza delle specifiche condizioni prospettate, né può essere accolta l'argomentazione difensiva addotta in merito dalla Parte, la quale insiste nel sostenere che i messaggi promozionali non presenterebbero alcun profilo di omissione ingannevole, tenuto anche conto dei limiti del mezzo di comunicazione impiegato. Invero, 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 dei servizi pubblicizzati, sia con riferimento allo stesso, sia rispetto alle offerte dei concorrenti;

- che 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, coerentemente con la tipologia di mezzo di comunicazione utilizzato, affinché il consumatore possa disporre degli elementi essenziali per percepire agevolmente la portata economica dell'offerta stessa, fin dal primo contatto pubblicitario.

## V. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

### a) *Sulla competenza dell'Autorità*

20. In via preliminare, si osserva che la Parte nelle proprie memorie, nel far coincidere il concetto di diligenza professionale contenuta nel Codice del Consumo con il rispetto della normativa settoriale appare far cenno, seppur indirettamente, ad una eccezione di incompetenza di questa Autorità. Sul merito si richiama quanto previsto dall'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. n. 95/12. Tale norma, da leggersi alla luce dell'articolo 19, comma 3, del Codice del Consumo<sup>8</sup> e dell'art. 3, comma 4, della Direttiva 2005/29/CE, relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori, stabilisce che l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato è competente ad accertare e sanzionare le pratiche commerciali scorrette, con la sola esclusione di quelle poste in essere in settori per i quali esista: a) una regolazione di fonte comunitaria; b) con finalità di tutela del consumatore; c) affidata ad altra autorità munita di poteri inibitori e sanzionatori e limitatamente agli aspetti regolati.

21. Le condizioni cui la norma subordina l'operatività del principio di specialità sono cumulative e di stretta interpretazione, in quanto derogano ad una direttiva di armonizzazione massima quale è la Direttiva 2005/29/CE. In base a tali condizioni, la normativa settoriale di derivazione comunitaria può trovare applicazione in luogo di quella generale solo rispetto ad eventuali aspetti

---

<sup>8</sup> In particolare, l'art. 19, comma 3, Codice del Consumo dispone espressamente che il criterio della *lex specialis* può trovare applicazione unicamente "in caso di contrasto" tra la disciplina sulle pratiche commerciali scorrette e la disciplina settoriale, riflettendo pedissequamente il dettato dell'art. 3, paragrafo 4, della Direttiva UCP. Tali principi sono stati ulteriormente precisati nella comunicazione della Commissione Europea circa la corretta applicazione in Italia della stessa direttiva UCP (Caso EU Pilot 4261/12/JUST del 19 novembre 2012).

specifici delle pratiche commerciali scorrette. Tale situazione non ricorre ovviamente là dove la legge settoriale non rivesta carattere speciale limitandosi a richiamare il rispetto di precetti di carattere generale, quali ad esempio la buona fede o la trasparenza dell'informazione.

22. In relazione alle prime due condizioni ("regolazione di fonte comunitaria, con finalità di tutela del consumatore"), si osserva che la disciplina settoriale relativa all'informativa da rendere ai consumatori in materia di condizioni applicate ai conti bancari è contenuta nel Titolo VI, Capo I "Operazioni e servizi bancari e finanziari" del TUB, dove si colloca anche l'art. 116 richiamato dalla Parte, che non ha fonte comunitaria. Sul punto si osserva che alcune modifiche a tale sezione, come sostenuto dal professionista, sono state effettivamente introdotte dal Decreto Legislativo n. 141/10, che ha anche recepito la Direttiva 2008/48/CE relativa alla diversa materia del credito al consumo. Tuttavia, è da rilevare che le modifiche introdotte dal Decreto Legislativo n. 141/10 nel richiamato Titolo VI, Capo I del TUB rappresentano misure aggiunte dal Legislatore nazionale che non trovano riscontro in questa Direttiva in materia del credito al consumo. Peraltro si osserva che nell'art.28, comma 3, del Decreto Legislativo n.141/10, viene esplicitato che il decreto stesso non pregiudica le competenze dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato in materia di pratiche commerciali sleali<sup>9</sup>.

Pertanto, non ricorrono nella fattispecie in questione i requisiti normativi innanzi citati per una eventuale prevalenza della regolamentazione settoriale.

23. Va, in ogni caso, precisato che se si dovesse accedere ad una diversa interpretazione del rapporto tra la normativa settoriale e quella generale in materia di pratiche commerciali scorrette, in virtù della quale la mera esistenza di una disciplina settoriale sarebbe sufficiente a derogare all'applicabilità delle disposizioni della Direttiva 2005/29/CE, si opterebbe per una soluzione interpretativa in netto contrasto con il diritto comunitario. Quest'ultimo, infatti, al fine di garantire l'obiettivo di armonizzazione massima della Direttiva 2005/29/CE, ha circoscritto l'ambito di operatività della deroga entro i limiti definiti dall'articolo 3, comma 4, della Direttiva, precludendo interpretazioni volte ad escludere l'applicazione delle disposizioni di carattere generale in un intero settore. Per l'ordinamento comunitario, l'applicazione parallela e complementare della Direttiva 2005/29/CE con le direttive settoriali rappresenta la regola e le sue deroghe delle eccezioni, ammissibili solo quando la disciplina speciale si occupi in modo specifico di determinati aspetti delle pratiche commerciali scorrette e solo limitatamente a tali profili; situazione questa sicuramente non rinvenibile nel caso di specie, per le ragioni precedentemente indicate. Né in senso contrario può essere richiamato l'orientamento espresso nelle Adunanze Plenarie del Consiglio di Stato, ormai definitivamente superato dopo le specifiche previsioni normative dei cui all'articolo 23, comma 12 *quinquiesdecies*, del decreto-legge n. 95 del 2012.

#### ***b) Sul merito delle condotte***

24. Il presente procedimento concerne la campagna pubblicitaria effettuata dal professionista con riferimento al conto di deposito denominato "Conto Risparmio Sicuro", nella quale viene data specifica o, in alcuni casi, esclusiva, enfasi alla possibilità di ottenere con tale prodotto uno

---

<sup>9</sup> L'art. 28, comma 3, del Decreto Legislativo n.141/10 recita: "Il presente decreto non pregiudica l'applicazione della direttiva 2005/29/CE, così come attuata dal decreto legislativo 2 agosto 2007, n. 146 e le relative competenze dell'Autorità garante della concorrenza e del mercato."

specifico tasso di interesse massimo, lasciando intendere che tale tasso possa essere indicativo di un possibile rendimento complessivo, prevalente, o, comunque, di riferimento, del prodotto.

25. Dagli atti si evince che il tasso di interesse massimo pubblicizzato, che fino al settembre 2012 era pari al 7% e successivamente pari agli inferiori importi indicati in **TAB. 1**, è riconosciuto esclusivamente per il quinto anno di vincolo delle somme depositate, mentre nei quattro anni precedenti i tassi di interesse sono notevolmente inferiori. Inoltre, è previsto un vincolo temporale minimo di diciotto mesi delle somme depositate, sono imposte limitazioni per svincoli successivi ed è richiesto un deposito minimo di 5.000 euro.

26. Pertanto, i messaggi oggetto del presente procedimento sono idonei ad indurre in errore i consumatori con riguardo all'effettivo rendimento ottenibile complessivamente dal prodotto e alle sue caratteristiche, in quanto omettono di fornire tutte le informazioni essenziali per effettuare una scelta finanziaria consapevole. In particolare, i messaggi omettono di specificare, o non evidenziano o con sufficiente chiarezza, che il tasso di interesse massimo, superiore a quello offerto nel medesimo periodo da operatori concorrenti per conti di deposito con vincolo a dodici mesi, è riconosciuto, in realtà, solo ad esito di un vincolo di lunga durata, ovvero di cinque anni, ed esclusivamente per il quinto anno. Inoltre, in nessuno dei messaggi considerati vengono specificati i tassi di interesse, sensibilmente inferiori, riconosciuti negli anni precedenti al quinto. Infine, i messaggi non rappresentano in modo sufficientemente chiaro altre caratteristiche peculiari di tale conto di deposito, come l'esistenza di un vincolo minimo di diciotto mesi delle somme depositate, di limitazioni rispetto alla possibilità di svincolare le somme successivamente a tale data, nonché l'esistenza di un plafond minimo del conto.

27. Contrariamente a quanto sostenuto dal professionista, tali omissioni informative appaiono di assoluta rilevanza. Infatti, per consentire ai consumatori di apprezzare pienamente la convenienza complessiva del conto di deposito in esame, effettuando anche un confronto con forme di risparmio e investimento alternative, sarebbe stato essenziale renderli edotti non solo della misura del tasso di interesse riconosciuto nell'ultimo anno di deposito, ma, con uguale evidenza e chiarezza, della remunerazione riconosciuta in ciascuno dei primi quattro anni di vita del prodotto, congiuntamente alle limitazioni allo svincolo delle somme. Tali informazioni sono imprescindibili sia al fine di valutare il rendimento complessivo derivabile dal prodotto a seguito di un vincolo delle somme di cinque anni (cfr. colonna TIR in **TAB. 1**), sia per valutare i rendimenti attesi nel caso in cui si decidesse, successivamente all'apertura del conto di deposito, di svincolare somme prima dell'ampia scadenza in questione. Inoltre, la disponibilità immediata di tali informazioni appare necessaria per capire la struttura stessa del prodotto, che presenta peculiarità rispetto ad altri conti di deposito solo apparentemente analoghi, aiutando il consumatore a comprendere che la convenienza del prodotto dipende in modo cruciale dalle proprie aspettative rispetto all'andamento dei tassi di interesse per i successivi cinque anni e alla probabilità di avere necessità di svincolare le somme in tale arco temporale.

28. Con riferimento a quanto sostenuto dalla Parte in relazione ai limiti tecnici di alcune forme di comunicazione pubblicitaria, si osserva che le informazioni relative alla misura dei tassi di interesse per i primi quattro anni, non sono state inserite nei messaggi neppure quanto le modalità di pubblicazione avrebbero agevolmente consentito una chiara e completa descrizione del prodotto. In particolare, nei messaggi descritti ai punti c), d) ed e) della sezione II del presente provvedimento sono state descritte varie caratteristiche del prodotto, tra cui il tasso di interesse

massimo, con diversa evidenza grafica nei vari messaggi, ma non è mai stata specificata la misura dei quattro tassi di rendimento per i primi quattro anni di deposito. Le informazioni relative ai tassi di interesse diversi da quello massimo non compaiono neppure nel c.d. *super* del messaggio televisivo descritto al punto *a)* della sezione II del presente provvedimento, che peraltro presenta caratteri così ridotti da risultare sostanzialmente illeggibile.

Infine, si osserva come il rinvio nei messaggi ad altre e più ricche fonti informative, rappresentate nello specifico dal *call center* e dal sito internet del professionista, dai fogli informativi e dal personale della banca, non può ritenersi sufficiente ad escludere la portata decettiva dei messaggi.

Più in generale, si osserva che, pur tenuto conto delle restrizioni imposte dai mezzi di comunicazione utilizzati, 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 vantaggi suscettibili di ingenerare nel consumatore specifiche aspettative in merito all'entità dei vantaggi prestazionali derivanti dall'adesione all'offerta stessa. In ogni caso, nella comunicazione pubblicitaria occorre considerare che alcuni mezzi di comunicazione possono risultare incompatibili con la descrizione prestazionale di specifiche caratteristiche e condizioni economiche di offerte molto articolate.

29. 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.

30. 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**

31. Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 9, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinqüesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

32. 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.

33. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della rilevante dimensione economica del professionista e dell'entità ragguardevole del potenziale pregiudizio economico per il consumatore, derivante da una campagna pubblicitaria di ampia diffusione, realizzata tramite numerosi mezzi di diffusione, in grado di raggiungere un vasto numero di consumatori, e connotata da rilevanti profili di ingannevolezza.

34. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere dal 20 maggio 2012 al 4 febbraio 2013.

35. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile a Unicredit S.p.A. nella misura di 250.000 € (duecentocinquantamila 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 e 22 del Codice del Consumo in quanto contraria alla diligenza professionale e idonea, mediante la campagna promozionale relativa al prodotto "Conto Risparmio Sicuro", 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 Unicredit S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 20 e 22 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) di irrogare alla società Unicredit S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 250.000 € (duecentocinquantamila 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*.

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.

Il presente provvedimento verrà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi del combinato disposto dell'art. 27, comma 12, del Codice del Consumo e dell'art. 23, comma 12-*quinquiesdecies*, del D.L. 6 luglio 2012, n. 95, come modificato dalla legge 7 agosto 2012, n. 135, in caso di inottemperanza al provvedimento l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 5.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

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*

---