

## **PS4755 - BNL E CARDIF-POLIZZA COLLEGATA AL MUTUO**

Provvedimento n. 23764

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 25 luglio 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 i propri provvedimenti del 14 settembre 2011, con i quali sono stati disposti gli accertamenti ispettivi, ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso le sedi delle società BNL S.p.A., Cardif Assicurazioni S.p.A. e Cardif Assurances Risques Divers S.A.;

VISTI i propri provvedimenti del 14 dicembre 2011, del 21 marzo 2012 e del 30 maggio 2012 con i quali, ai sensi dell'articolo 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. LE PARTI**

1. Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. (di seguito, anche "BNL" o "la Banca"), in qualità di professionista ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. La società è la banca capogruppo del Gruppo bancario BNL e fa parte, dal 2006, del Gruppo bancario internazionale BNP Paribas. La Banca ha realizzato nell'anno 2011 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 9 miliardi di euro.

2. Cardif Assicurazioni S.p.A. (di seguito, anche "Cardif Assicurazioni") e Cardif Assurances Risques Divers S.A. (di seguito, anche "Cardif Assurances"), in qualità di professionisti ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera *b*), del Codice del Consumo. Le società (di seguito, anche congiuntamente indicate come "le Compagnie") che appartengono a BNP Paribas Cardif, polo assicurativo del Gruppo BNP Paribas, hanno realizzato nell'anno 2011 un fatturato, calcolato ai sensi dell'articolo 16, comma 2, della legge n. 287/90, pari, rispettivamente, a circa 190 milioni di euro (riportando altresì una perdita di circa 3,8 milioni di euro) e 180 milioni di euro.

3. Un consumatore, in qualità di interveniente nel procedimento, ai sensi dell'articolo 10 del Regolamento.

### **II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

4. Nel periodo tra l'agosto 2009 e l'agosto 2011 numerosi consumatori (n. 23 segnalazioni) hanno denunciato la presunta scorrettezza di comportamenti posti in essere dai professionisti nell'ambito dell'offerta di finanziamenti e delle relative coperture assicurative. Nel corso del procedimento, peraltro, sono pervenute altre tre richieste di intervento aventi ad oggetto gli stessi comportamenti.

5. Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dai professionisti consistenti:

a. nell'aver subordinato di fatto la concessione di finanziamenti alla sottoscrizione da parte dei consumatori di polizze assicurative, emesse dalle Compagnie ed aventi quale beneficiario l'istituto erogante, a copertura dei rischi di decesso, invalidità permanente, inabilità temporanea totale, malattia grave e perdita d'impiego, pur rappresentando nei relativi materiali pubblicitari e documentazione pre-contrattuale e contrattuale il carattere facoltativo di tali coperture. Anche in relazione all'offerta promozionale denominata "*Campagna Tasso Fisso a 30 anni 3,99%*", diffusa a partire dal 18 ottobre 2010 e pubblicizzata a mezzo radio, affissioni e *internet*, molti segnalanti hanno fatto presente di essere stati edotti da parte del personale della Banca soltanto per le vie brevi della necessità di sottoscrivere le suddette polizze ai fini del positivo esito dell'istruttoria del finanziamento alle condizioni prospettate;

b. nell'aver fornito all'interno delle condizioni generali di assicurazione delle polizze in questione informazioni poco chiare e non intelligibili relativamente al rateo di premio rimborsabile nell'ipotesi di estinzione del mutuo prima della scadenza contrattuale. In particolare, numerosi consumatori hanno rappresentato che la prospettazione dell'importo recuperabile attraverso una formula matematica non avrebbe consentito di effettuare un'adeguata valutazione delle condizioni economiche dell'offerta e, in particolare, di comprendere che, in caso di recesso, una porzione significativa della quota di premio non sarebbe stata restituita.

6. Tali comportamenti, essendo stati posti in essere con condotte distinte, hanno autonomia strutturale e, dunque, sono riconducibili a differenti pratiche commerciali scorrette (di seguito, rispettivamente, la pratica *sub a*) e la pratica *sub b*).

### III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

#### 1) L'iter del procedimento

7. In relazione alle condotte sopra descritte, in data 14 settembre 2011 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS4755 per possibile violazione degli artt. 20, comma 2, 21, 22, 24 e 25 del Codice del Consumo e si è proceduto ad un accertamento ispettivo presso le sedi dei professionisti.

8. In data 14 ottobre 2011, la Banca ha esercitato il diritto di accesso agli atti del procedimento. Il successivo 28 ottobre il professionista ha prodotto una memoria difensiva e ha risposto alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio del procedimento e in sede di accertamento ispettivo. Con la stessa memoria, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo e dell'articolo 8 del Regolamento, il professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di contestazione.

9. In data 2 e 10 novembre 2011 sono pervenute le memorie difensive delle Compagnie in riscontro alle richieste di informazioni formulate nell'avvio del procedimento e nel corso dell'accertamento ispettivo. Contestualmente i professionisti hanno prospettato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle condizioni contrattuali proposte ai clienti.

10. Il 13 dicembre 2011 è stata chiesta la collaborazione del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza per acquisire ulteriori informazioni circa la pratica *sub a)*, tramite la somministrazione di un questionario a un campione di consumatori che hanno sottoscritto un contratto di mutuo ipotecario assistito dalla polizza nell'ambito della "Campagna tasso fisso a 30 anni 3,99%". In data 24 aprile e 4 giugno 2012, la Guardia di Finanza ha trasmesso i questionari compilati dai mutuatari.

11. Il giorno 28 maggio 2012 i professionisti sono stati sentiti in audizione.

12. In data 1° giugno 2012 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.

13. La Banca e le Compagnie hanno depositato memorie conclusive, rispettivamente, in data 20 e 21 giugno 2012.

#### 2) Le evidenze acquisite

##### Pratica sub a)

14. La copertura assicurativa distribuita dalla Banca ed erogata dalle Compagnie, cui era subordinata la concessione dei mutui, incorporava due garanzie: vita (Cardif Assicurazioni S.p.A.) e danni (Cardif Assurances Risques Divers S.A.). La commissione riconosciuta alla Banca per il collocamento delle polizze è determinata nell'accordo quadro sottoscritto con le Compagnie ed è pari a circa il [omissis%]<sup>1</sup> dei premi imponibili incassati oltre una "*overcommission*" del [omissis%] nel caso in cui la Banca raggiunga determinati obiettivi di volume di raccolta di premi imponibili<sup>2</sup>.

15. Negli anni 2008 - 2010 i sistemi di incentivazione del personale hanno tenuto principalmente conto dei risultati in termini di vendita dei prodotti, in misura minore della soddisfazione della clientela. In particolare, nell'anno 2008 gli incentivi per i dipendenti venivano determinati, tra gli altri parametri, per il [omissis%] in relazione al raggiungimento di obiettivi distributivi e per il [omissis%] in relazione al raggiungimento dell'obiettivo di "*customer satisfaction*"; nell'anno 2009 il peso dell'obiettivo distributivo è rimasto invariato al [omissis%] e quello di "*customer satisfaction*" assegnato alle unità organizzative è sceso al [omissis%]; nell'anno 2010 il peso degli obiettivi indicati è stato, rispettivamente, pari al [omissis%] e al [omissis%]<sup>3</sup>.

16. La rilevanza del collocamento delle polizze nell'ambito delle politiche commerciali previste nei piani di azione per la clientela *retail* è confermata anche dal contenuto di comunicazioni interne alla Banca acquisite nel corso del procedimento con le quali si rappresenta alla rete commerciale la necessità di incrementare il tasso di abbinamento polizze/finanziamenti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di *budget*<sup>4</sup>.

17. Il numero complessivo dei mutui erogati dalla Banca e di quelli perfezionati in abbinamento con una polizza assicurativa emessa dalle Compagnie (e indicata come facoltativa nelle comunicazioni commerciali e nella documentazione pre-contrattuale e contrattuale<sup>5</sup>) è riportato nella seguente tabella:

---

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

<sup>2</sup> [Documento n. 74 in atti.]

<sup>3</sup> [Documenti nn. 64 e 117 in atti.]

<sup>4</sup> [Documenti nn. 64 e 117 in atti (rispettivamente all.ti 5 e 10). ]

<sup>5</sup> [Documento n. 117 in atti (allegati 3, 10, 11, 12, 13, 14, 15 e 16). ]

Anno	Totale Mutui sottoscritti	Mutui con polizza contestuale
<b>2008</b>	[omissis]	[omissis]
<b>2009</b>	[omissis]	[omissis]
<b>2010</b>	[omissis] (di cui [omissis] campagna 3,99%)	[omissis] (di cui [omissis] campagna 3,99%)
<b>2011 (fino a settembre)</b>	[omissis] (di cui [omissis] campagna 3,99%)	[omissis] (di cui [omissis] campagna 3,99%)

Ne consegue che i mutui assistiti da polizza alla stipula hanno rappresentato una percentuale pari al [omissis%] nell'anno 2008, [omissis%] nell'anno 2009, [omissis%] nell'anno 2010 ([omissis%] per quelli relativi alla campagna promozionale tasso fisso 3,99%), [omissis%] nell'anno 2011 ([omissis%] per i mutui in campagna 3,99%)<sup>6</sup>.

18. Dalla documentazione acquisita nel corso dell'accertamento ispettivo effettuato in data 22 settembre 2011 presso le sedi delle Compagnie risulta che queste ultime hanno predisposto periodicamente relazioni sulla qualità della vendita della rete agenziale della Banca, che sono state portate all'attenzione di alcuni comitati interni delle Compagnie, tra cui il *Comitato Rischi* e il *Comitato Know your Intermediary*.

19. In particolare, il *Comitato Rischi*, in considerazione della ricorrenza di reclami legati alla qualità della vendita, ha rappresentato l'esigenza che la Banca prestasse maggiore attenzione nello svolgimento degli adempimenti legati alla raccolta delle adesioni alle polizze assicurative. In tal senso sono state inviate alcune comunicazioni formali ai rappresentanti della Banca<sup>7</sup>.

20. Inoltre, dai verbali del *Comitato Know your Intermediary* relativi agli anni 2008, 2009, 2010 e 2011 emerge che i reclami concernenti casi di vendita forzata del prodotto assicurativo abbinato all'erogazione del mutuo hanno costituito oggetto costante di analisi. Nel corso della riunione tenutasi in data 5 agosto 2009 il predetto Comitato ha preso atto del fatto che, nonostante l'invio a BNL di richieste ufficiali di rafforzamento dei livelli di attenzione sulla qualità della vendita di polizze collegate ai mutui conseguenti ai numerosi reclami pervenuti nel periodo tra dicembre 2008 e maggio 2009, le segnalazioni in ordine al profilo considerato non erano cessate. Pertanto, il Comitato ha chiesto di intervenire nuovamente presso la Banca per mezzo di una comunicazione specifica. A seguito della presentazione di nuovi reclami sulla prospettazione della polizza come obbligatoria ai fini del positivo esito dell'istruttoria del finanziamento, sia nell'anno 2010 che nell'anno 2011 il Comitato ha richiesto ancora che la Banca fosse sensibilizzata in merito all'assoluta non obbligatorietà della polizza a copertura dei mutui anche tramite una idonea formazione/informazione del personale della stessa<sup>8</sup>.

21. Con la collaborazione del Nucleo Speciale Tutela Mercati della Guardia di Finanza è stato trasmesso un questionario a circa 400 consumatori intestatari di contratti di mutuo assistiti da polizza, sottoscritti nell'ambito della campagna "tasso fisso a 30 anni 3,99%" (lanciata il 18 ottobre 2010 e valida fino al 30 novembre 2010, poi prorogata al 31 dicembre 2010) fino al mese di febbraio 2011. Al riguardo sono pervenute 273 risposte, nell'ambito delle quali in [omissis] casi ([omissis%]) i mutuatari hanno rappresentato che la polizza è stata loro prospettata come obbligatoria ai fini della positiva delibera del mutuo, in [omissis] casi ([omissis%]) i mutuatari hanno affermato che la polizza risultava facoltativa e in [omissis] casi ([omissis%]) le risposte non hanno contenuto univoco. Peraltro, è emerso che nella quasi totalità dei casi la Banca non ha proposto altri tipi di garanzie alternative alla polizza in questione, se non eventualmente in aggiunta<sup>9</sup>.

#### Pratica sub b)

22. Il premio che il consumatore deve corrispondere per la fruizione della copertura assicurativa era corrisposto in unica soluzione anticipatamente e dipendeva dalla somma assicurata e dalla durata della copertura. Ad esempio, a una somma assicurata di circa 180.000 euro per una durata di 288 mesi (24 anni) corrisponde un premio di circa [omissis] euro<sup>10</sup>, mentre a una somma assicurata di circa 57.000 euro per una durata di 240 mesi (20 anni) corrispondeva un premio di circa [omissis] euro<sup>11</sup>.

23. Nelle condizioni di assicurazione delle polizze delle Compagnie distribuite tramite la Banca, l'indicazione del rateo di premio recuperabile dal consumatore in caso di estinzione anticipata del finanziamento era prospettata nel modo

<sup>6</sup> [Documento n. 117 in atti.]

<sup>7</sup> [Documento n. 74 in atti, allegato n. 23 contenente i verbali del Comitato Rischi del 27 aprile, 25 maggio e 21 settembre 2009, del 30 settembre 2010 e del 22 febbraio, 27 giugno e 28 luglio 2011.]

<sup>8</sup> [Documento n. 74 in atti, allegato n. 23 contenente i verbali del Comitato Know your Intermediary del 21 aprile, 16 maggio e 5 giugno 2008, 5 agosto, 9 settembre e 27 novembre 2009, 28 gennaio, 4 marzo, 28 giugno e 30 luglio 2010, 7 febbraio, 7 aprile, 7 luglio e 1° settembre 2011. ]

<sup>9</sup> [Documenti nn. 143 e 156 in atti. ]

<sup>10</sup> [Documento n. 16 in atti. ]

<sup>11</sup> [Documento n. 129 in atti.]

seguente: "...all'Assicurato sarà rimborsato il rateo di premio relativo al residuo periodo di assicurazione, al netto dei costi di acquisizione, secondo la formula di seguito precisata:

$$R = P * [(N - K - 2) * (N - K - 1) / (N * (N + 1))] * 0,53.$$

Dove: *R* è l'importo da rimborsare; *P* è il premio imponibile anticipato corrisposto; *N* è la durata originaria della copertura assicurativa espressa in mesi interi; *K* è la durata del periodo di copertura assicurativa goduta espressa in mesi interi".

24. La clausola relativa alla restituzione del rateo non goduto era inserita nell'articolo 3.4. dedicato alla "*estinzione anticipata del mutuo*", nella versione delle condizioni generali relative alle polizze abbinate a mutui della Banca distribuite negli anni 2008 e 2009. Successivamente, la clausola è stata modificata per tenere conto del mutato quadro normativo che ha imposto l'obbligo di rimborso del rateo non goduto del premio secondo criteri che impongono sia il sistema di calcolo del rateo sia l'inclusione nel calcolo della parte di premio destinata a sostenere i costi di intermediazione<sup>12</sup>.

### **3) Le argomentazioni difensive delle Parti**

#### **Pratica sub a)**

25. I professionisti hanno ribadito il carattere assolutamente facoltativo dell'adesione alla polizza in questione, che costituirebbe esclusivamente una risposta all'esigenza della clientela di preservare la propria capacità di rimborso del debito anche in caso di eventi negativi. Inoltre, l'adesione alla polizza poteva determinare una diminuzione del tasso applicato e tale circostanza poteva contribuire alla decisione del cliente di sottoscriverla sulla base di mere valutazioni economiche e di convenienza. A conferma di tale ultima circostanza, deporrebbero i dati specifici relativi all'offerta mutui nell'ambito della campagna 3,99% che evidenziano una diminuzione dell'adesione alle polizze giustificata proprio in relazione al fatto che per il prodotto oggetto di detta campagna non veniva previsto il meccanismo di "*repricing*" in base al quale la Banca poteva applicare al mutuo uno *spread* più conveniente in caso di adesione alla copertura assicurativa. I professionisti hanno evidenziato, altresì, che nel corso dell'istruttoria del mutuo la Banca poteva richiedere la sottoscrizione di una polizza assicurativa o la prestazione di altra idonea garanzia per garantire ulteriormente la propria posizione creditoria a seguito di una valutazione del merito creditizio del cliente.

26. Per quel che concerne gli esiti dell'indagine condotta dalla Guardia di Finanza, i professionisti hanno rilevato che alcune risposte risultano confuse e poco precise, risultando sfumata e residuale, alla fine, la considerazione sull'obbligatorietà. Peraltro, il fatto che la Banca abbia richiesto l'adesione ad una polizza non dimostra, di per sé, in assenza di una valutazione delle singole motivazioni che hanno portato a tale richiesta, una pratica commerciale scorretta. Inoltre, l'indagine sarebbe stata condotta in un momento storico in cui i mass media e il legislatore avevano puntato l'attenzione sulle problematiche connesse al collocamento delle polizze, circostanza che avrebbe condizionato nelle risposte anche il consumatore invitato a sottoscrivere una polizza per le motivazioni più valide e lecite.

27. Inoltre, i professionisti hanno fatto presente che il numero di reclami pervenuti da consumatori sarebbe stato assai esiguo se confrontato con il numero di mutui sottoscritti in abbinamento a polizza. Ciò confermerebbe la circostanza che il collocamento del prodotto è avvenuto per scelta consapevole e volontaria del cliente.

#### **Pratica sub b)**

28. I professionisti hanno fatto presente che la prospettazione dell'importo rimborsabile al cliente attraverso la citata formula matematica non potrebbe essere valutata come avente effetti penalizzanti a carico del cliente in caso di recesso, dal momento che la facoltà concessa al cliente garantiva una condizione di maggior favore a fronte di una disciplina legale che, all'epoca dei fatti, non prevedeva alcun diritto di rimborso del rateo non goduto al cliente. Peraltro, la formulazione adottata dalle Compagnie stabiliva espressamente che il rateo di premio da rimborsare doveva essere individuato "al netto dei costi di acquisizione".

29. Inoltre, in assenza di una specifica disciplina regolamentare (che come detto sarebbe intervenuta soltanto successivamente) relativa al metodo di calcolo da adottare per la quantificazione del rateo da rimborsare, le Compagnie hanno ritenuto di esplicitare tale metodo di calcolo anche tramite la espressa indicazione della corrispondente formula matematica per garantire alla clientela - nel modo che, ancora, sembra l'unico configurabile in presenza di un'operazione complessa - la possibilità di un calcolo esatto della quota di premio a cui il cliente avrebbe avuto diritto (anche ai fini di una verifica a posteriori).

### **IV. GLI IMPEGNI PRESENTATI DAI PROFESSIONISTI**

30. In data 14 ottobre e 10 novembre 2011, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, e dell'articolo 8, del Regolamento, i professionisti hanno presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di contestazione.

In particolare, la Banca ha presentato i seguenti impegni:

– sotto il profilo informativo, modifica della documentazione pre-contrattuale (Foglio informativo e ESIS) al fine di specificare che, nonostante la natura facoltativa dell'adesione alla polizza, la stessa potrà essere richiesta come esigenza di natura creditizia, all'esito delle valutazioni istruttorie;

---

<sup>12</sup> [Documento n. 119 in atti.]

- diffusione di comunicazioni interne volta a richiamare la rete agenziale a fornire informazioni ancora più chiare e precise in fase di vendita circa la natura facoltativa della polizza e predisposizione di un modulo formativo specifico all'interno della formazione mutui;
- modifica del modulo consegnato al cliente al termine della fase di consulenza, nel senso di chiarire ed enfatizzare ulteriormente, anche con evidenza grafica, il carattere assolutamente facoltativo della polizza;
- predisposizione e messa a disposizione della clientela di un documento specifico contenente chiarimenti in merito alle polizze assicurative, alla natura delle stesse, alle motivazioni per cui può essere vantaggioso per il cliente aderire alle polizze, alle modalità con cui recedere, fornendo anche un esempio rappresentativo delle modalità di calcolo del rimborso.

Invece, le Compagnie hanno presentato i seguenti impegni:

- per ciò che concerne la facoltatività delle polizze vita, rendere graficamente più visibile l'indicazione di tale caratteristica nei documenti contrattuali assicurativi facenti parte del fascicolo informativo da consegnare in fase pre-contrattuale al cliente;
- per ciò che concerne la spiegazione del sistema di calcolo adottato per l'individuazione della parte di premio da restituire in caso di recesso dalle coperture conseguente all'estinzione anticipata del finanziamento, non presentare più tale sistema di calcolo attraverso l'indicazione della mera formula matematica, ma secondo lo schema di clausola contrattuale già oggi utilizzato dalle Compagnie.

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

31. Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento è stata diffusa anche a mezzo radio e *internet*, in data 22 giugno 2012 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, del Codice del Consumo.

32. L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni non ha comunicato il proprio parere entro il termine di trenta giorni dal ricevimento della richiesta e non ha rappresentato ulteriori esigenze istruttorie.

## **VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

### ***a) Autonomia delle singole pratiche commerciali***

33. Preliminarmente si osserva come i comportamenti descritti nel punto II del presente provvedimento individuano due distinte pratiche commerciali, singolarmente ed autonomamente valutabili come contrarie a specifiche disposizioni del Codice del Consumo.

34. In particolare, la condotta tenuta dai professionisti rispetto alla vendita "forzata" e non facoltativa del prodotto assicurativo in abbinamento all'erogazione del finanziamento attiene alla condotta del professionista volta a subordinare di fatto la concessione del credito alla sottoscrizione di un altro prodotto per il quale non era formalmente richiesto il *bundle* commerciale, anzi che era espressamente pubblicizzato come facoltativo.

35. Invece, la seconda pratica ha una valenza prettamente informativa e riguarda la prospettazione ambigua e, di fatto, incomprensibile, nelle condizioni generali di assicurazione, del rateo di premio rimborsabile nell'ipotesi di estinzione del mutuo prima della scadenza contrattuale.

36. L'individuazione della pluralità di pratiche discende, altresì, dalla eterogeneità e non assimilabilità ontologica dei prodotti offerti (da una parte il mutuo e dall'altra la polizza, oggetto di distinti contratti con parti diverse), ritenendosi del tutto irrilevante la circostanza che l'offerta dei due prodotti venisse effettuata rappresentando al consumatore la necessità di adesione contestuale ad entrambi, in quanto proprio in ciò consiste la condotta scorretta della Banca. Peraltro, con riguardo al calcolo del rateo rimborsabile, il *deficit* informativo riscontrato nelle condizioni generali della copertura assicurativa riguardava una decisione commerciale successiva ed eventuale al perfezionamento del finanziamento, cioè la scelta - conseguente all'estinzione anticipata del mutuo - se mantenere la polizza indicando un beneficiario diverso dalla banca (la cui posizione creditoria è venuta meno) ovvero recedere dalla stessa alle condizioni indicate. Infine, non tutte le predette pratiche sono state poste in essere dagli stessi soggetti.

### ***b) Professionisti interessati***

37. Con riferimento alla pratica *sub a)*, deve qualificarsi come destinataria del presente provvedimento la sola Banca in quanto la condotta consistente nel subordinare "di fatto" in molti casi la concessione dei finanziamenti alla sottoscrizione di polizze emesse dalle Compagnie non può che essere riconducibile al soggetto che ha erogato i mutui e collocato le coperture assicurative. Peraltro, alle Compagnie non può essere imputato il mancato esercizio dei doveri di controllo delle attività di offerta compiute dalla Banca in considerazione delle iniziative realizzate nell'ambito dei diversi Comitati interni con la reiterazione di interventi formali volti a sensibilizzare la Banca in merito alla modalità di collocamento del prodotto e all'assoluta non obbligatorietà delle coperture assicurative.

38. Avuto riguardo, invece, alla pratica *sub b)*, devono considerarsi responsabili della condotta contestata e quindi destinatarie del provvedimento sia la Banca che le Compagnie. In particolare, la prima ha diffuso presso le proprie agenzie, in abbinamento alla documentazione relativa ai propri prodotti di finanziamento, le condizioni generali di

assicurazione delle polizze collettive che risultano essere state predisposte dalle Compagnie contenenti la clausola relativa all'importo del rateo di premio rimborsabile in caso di estinzione anticipata del mutuo. Tale modalità di rimborso, peraltro, faceva salva, come meglio descritto in seguito, la quota di intermediazione attribuita alla Banca e non poteva, quindi, che essere stata concordata tra le Parti.

### **c) Valutazioni nel merito**

#### **Pratica sub a)**

39. Le evidenze raccolte nel corso dell'istruttoria confermano l'ipotesi di scorrettezza prospettata nella comunicazione di avvio del procedimento circa il fatto che, sebbene la polizza sia da un punto di vista formale presentata come facoltativa, la sua sottoscrizione avrebbe di fatto costituito, in molti casi, una *condicio sine qua non* per la concessione del finanziamento.

40. In tal senso depongono, oltre alle segnalazioni di consumatori pervenute all'Autorità, anche le relazioni sulla qualità della vendita della rete agenziale della Banca portate all'attenzione di alcuni comitati interni alle Compagnie, quali il *Comitato Rischi* e il *Comitato Know your Intermediary*, aventi ad oggetto i reclami della clientela concernenti aspetti di correttezza dell'attività di proposta di adesione alle polizze. In particolare, il Comitato Rischi delle Compagnie, in considerazione della ricorrenza di reclami legati alla qualità della vendita (nei verbali, tra l'altro, si legge *"essendo sempre presenti dei reclami sulla qualità della vendita per BNL", "il numero di reclami legati alla qualità della vendita non accenna a diminuire", "continuano ad arrivare reclami relativi alla vendita forzata"*, ecc.), ha più volte ravvisato l'esigenza di interessare la Banca in ordine alle criticità relative alle modalità di collocamento delle polizze. A ciò ha fatto seguito l'invio di alcune comunicazioni formali ai rappresentanti della Banca con la richiesta di prestare maggiore attenzione nello svolgimento degli adempimenti legati alla raccolta delle adesioni e, da ultimo, di attivare un'analisi congiunta dei reclami inerenti la qualità della vendita per trovare azioni efficaci volte a ridurre il numero<sup>13</sup>.

41. Inoltre, dai verbali del Comitato *Know your Intermediary* relativi agli anni 2008, 2009, 2010 e 2011 emerge che i reclami concernenti casi di vendita forzata del prodotto assicurativo abbinato all'erogazione del mutuo hanno costituito oggetto costante di analisi. Tra gli altri, nel corso della riunione tenutasi in data 5 agosto 2009, il Comitato ha preso atto del fatto che, nonostante le richieste ufficiali a BNL di rafforzamento dei livelli di attenzione sulla qualità della vendita conseguenti ai numerosi reclami pervenuti nel periodo tra dicembre 2008 e maggio 2009, le segnalazioni in ordine al profilo considerato non erano cessate. Pertanto, dopo aver preso in esame altri due reclami concernenti l'uno l'attivazione di una polizza mai sottoscritta dal mutuatario ma soltanto "presentata" dall'impiegato della filiale e l'altro l'obbligo di sottoscrivere una polizza abbinata al mutuo, pena rifiuto dello stesso finanziamento già deliberato, il Comitato chiedeva (e otteneva) di intervenire nuovamente presso la direzione generale della Banca per mezzo di una comunicazione specifica da parte del direttore generale delle Compagnie. Successivamente, nell'anno 2010, a seguito della presentazione di nuovi reclami sulla prospettazione della polizza come obbligatoria, il Comitato richiedeva che fosse sensibilizzata la Banca in merito all'assoluta non obbligatorietà della polizza a copertura dei mutui anche tramite una idonea formazione/informazione allo stesso partner commerciale mentre, nell'anno 2011, le Compagnie intervenivano nuovamente sulla Banca affinché rappresentasse alla rete commerciale l'importanza di un rapporto trasparente con il cliente e la non obbligatorietà delle polizze stesse<sup>14</sup>.

42. Le circostanze sopra evidenziate, tanto più significative in quanto risultanti dall'analisi svolta dal partner commerciale che eroga le polizze collocate dalla Banca, smentiscono la tesi difensiva secondo la quale le ipotesi di vendita forzata del prodotto assicurativo sarebbero in realtà riconducibili, ferma restando la facoltatività della copertura assicurativa, alla necessità della Banca di garantire ulteriormente la propria posizione creditoria per particolari clienti ovvero alla convenienza per il cliente che intendeva ottenere una diminuzione del tasso applicato. A conferma di tale ultima circostanza, a dire della Banca, deporrebbero i dati specifici relativi all'offerta mutui nell'ambito della campagna 3,99% che evidenziavano una diminuzione dell'adesione alle polizze che si giustificerebbe proprio in quanto per tale prodotto non era previsto il meccanismo di *repricing* (il consumatore, quindi, di fronte all'invarianza del tasso applicato avrebbe optato per un mutuo non coperto da polizza). Tuttavia, per tale prodotto la minore incidenza di polizze abbinate al finanziamento è riconducibile, secondo quanto emerge da un documento interno alla stessa Banca, all'alta percentuale di mutui acquisiti a seguito di operazioni di portabilità attiva. Qui il professionista, nel rappresentare che *"La campagna ha portato in bnl [omissis] nuovi clienti e generato un cross selling<sup>15</sup> del [omissis%], superiore alla media dei mutuatari bnl..."* evidenzia che *"...tuttavia l'abbinamento della polizza Serenity è stato inferiore alla media dell'ultimo anno, a causa dell'alta % di surroghe"*<sup>16</sup>. Per di più, l'elevata incidenza, sul premio di assicurazione, della componente garantita alla Banca per la collocazione della polizza (cc.dd. "costi di acquisizione",

<sup>13</sup> [Documento n. 74 in atti, allegato n. 23 contenente i verbali del Comitato Rischi del 27 aprile, 25 maggio e 21 settembre 2009, del 30 settembre 2010 e del 22 febbraio, 27 giugno e 28 luglio 2011.]

<sup>14</sup> [Documento n. 74 in atti, allegato n. 23 contenente i verbali del Comitato Know your Intermediary del 21 aprile, 16 maggio e 5 giugno 2008, 5 agosto, 9 settembre e 27 novembre 2009, 28 gennaio, 4 marzo, 28 giugno e 30 luglio 2010, 7 febbraio, 7 aprile, 7 luglio e 1° settembre 2011. ]

<sup>15</sup> [Attività finalizzata alla fidelizzazione della clientela tramite la vendita di più prodotti allo stesso cliente.]

<sup>16</sup> [Documento n. 64 in atti, all.1, lett.c).]

pari al [omissis%] del premio come meglio indicati in relazione alla pratica *sub b)* ) toglie ulteriormente rilievo alle giustificazioni addotte dal professionista nelle proprie difese.

43. In realtà, le circostanze di fatto riportate nei verbali dei diversi Comitati interni e le conseguenti iniziative dagli stessi adottate comprovano l'esistenza di rilevanti criticità nell'attività di proposta di adesione alle polizze da parte della Banca e dimostrano l'effettiva diffusione del comportamento contestato sotto il profilo quantitativo nonché la ripetizione in un arco temporale significativo.

44. La forte spinta commerciale verso il collocamento delle polizze da parte della Banca ha trovato poi riscontro nel contenuto di comunicazioni interne acquisite nel corso del procedimento con le quali si rappresenta alla rete commerciale la necessità di incrementare il tasso di abbinamento polizze/finanziamenti ai fini del raggiungimento degli obiettivi di *budget*<sup>17</sup>.

45. Del resto i sistemi di incentivazione del personale della Banca relativi agli anni 2008, 2009 e 2010 sono ispirati alla vendita dei prodotti piuttosto che alla corretta presentazione degli stessi e alla conseguente soddisfazione della clientela. Risulta infatti che nell'anno 2008 gli incentivi per i dipendenti venivano determinati, tra gli altri parametri, per il [omissis%] in relazione al raggiungimento di obiettivi distributivi e per il [omissis%] in relazione al raggiungimento dell'obiettivo di "customer satisfaction"; nell'anno 2009 il peso dell'obiettivo distributivo è rimasto invariato al [omissis%] e quello di "customer satisfaction" assegnato alle unità organizzative è sceso al [omissis%]; nell'anno 2010 il peso degli obiettivi indicati è stato, rispettivamente, pari al [omissis%] e al [omissis%]<sup>18</sup>. Tali sistemi incentivanti potevano quindi indurre all'adozione del comportamento oggetto di contestazione al fine di ottenere i risultati fissati dai relativi piani di azione e dalle campagne commerciali con la conseguente corresponsione al personale dei relativi premi e bonus.

46. Inoltre, particolare attenzione nel corso dell'istruttoria è stata dedicata alla campagna "*tasso fisso a 30 anni 3,99%*" che è stata supportata da un piano di comunicazione a livello nazionale realizzato nel periodo di validità dell'offerta (18 ottobre - 30 novembre 2010, poi prorogata al 31 dicembre 2010) a mezzo radio, *web* e affissioni pubblicitarie. Sia la comunicazione esterna che quella interna non riportano la polizza tra i prodotti di cui si richiede il *bundle* commerciale per la campagna, in quanto la facoltatività dell'adesione alla polizza è stato elemento caratterizzante anche di tale specifica promozione. Nonostante ciò, le evidenze raccolte mediante la somministrazione, con la collaborazione della Guardia di Finanza, di un questionario a consumatori che avevano sottoscritto un contratto di mutuo assistito da polizza nell'ambito della campagna confortano ulteriormente il fatto che BNL abbia di fatto subordinato, in molti casi, la concessione dei mutui alla contestuale adesione alla polizza delle Compagnie.

47. In particolare, su un totale di circa 400 questionari inviati a consumatori selezionati in modo omogeneo sul territorio nazionale, escludendo sia coloro che avevano già sporto reclamo nei confronti dei professionisti sia i segnalanti che avevano lamentato tale condotta all'Autorità, sono pervenute 273 risposte nell'ambito delle quali in [omissis] casi ([omissis%]) i mutuatari hanno rappresentato che la polizza è stata loro prospettata come obbligatoria ai fini della delibera del mutuo, in [omissis] casi ([omissis%]) i mutuatari hanno affermato che la polizza risultava facoltativa, mentre solo per una marginale parte delle risposte ([omissis], pari al [omissis%]) il contenuto non è univoco<sup>19</sup>.

48. Tali dati appaiono particolarmente significativi se si considera che a più della metà dei consumatori che hanno risposto al questionario è stata prospettata la necessità di sottoscrivere una polizza (ai fini della delibera del mutuo) qualificata come facoltativa nelle comunicazioni commerciali della Banca, nel materiale informativo fornito alla clientela e nello stesso modulo di adesione alla polizza. Peraltro, dagli stessi questionari è emerso che nella quasi totalità dei casi la Banca non ha proposto altri tipi di garanzie alternative alla polizza in questione, se non eventualmente in aggiunta.

49. In tale contesto non appaiono condivisibili i rilievi sollevati circa le risultanze del questionario che, secondo il professionista, avrebbe ricevuto risposte confuse e poco precise (di talché la considerazione sull'obbligatorietà risulterebbe sfumata e residuale) e comunque distorte dal particolare momento in cui è stata condotta l'indagine (coincidente con una particolare attenzione dei mass media e del legislatore in tema di polizze che non avrebbe favorito una valutazione serena delle domande poste) e dalla formulazione inidonea a acquisire le specifiche motivazioni che eventualmente hanno portato la Banca a richiedere la polizza.

50. Di contro, si osserva che le modalità espressive utilizzate dai mutuatari che hanno risposto al questionario nel senso della prospettazione obbligatoria della copertura assicurativa risultano chiare ed univoche, dal momento che la polizza è stata qualificata, oltre che obbligatoria, come "imprescindibile", "necessaria", "vincolante", "indispensabile", "precondizione", "essenziale" o ancora come "facente parte di un pacchetto". Inoltre, il questionario è stato inviato direttamente all'indirizzo dei mutuatari, che pertanto hanno avuto la possibilità di rispondere in piena autonomia e senza condizionamenti di tempo e di luogo, e lasciava la possibilità di formulare ulteriori osservazioni in un apposito spazio.

---

<sup>17</sup> [Documenti nn. 64 e 117 in atti (rispettivamente all.ti 5 e 10).]

<sup>18</sup> [Documenti nn. 64 e 117 in atti.]

<sup>19</sup> [Documenti nn. 143 e 156 in atti.]



51. Né può condividersi l'ulteriore argomentazione della Parte, secondo cui il numero esiguo di reclami pervenuti sui comportamenti contestati escluderebbe la configurabilità di una pratica commerciale scorretta. Secondo il costante orientamento dell'Autorità, confermato anche dalla giurisprudenza amministrativa, 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. In ogni caso, il numero complessivo di reclami acquisiti in atti non può certo considerarsi esiguo, seppur confrontato con il numero di polizze abbinate ai mutui. A tal fine rilevano non solo i reclami direttamente indirizzati alla Banca (n. [omissis] in gran parte relativi alla obbligatorietà della polizza ai fini della concessione del mutuo<sup>20</sup>) ma anche quelli pervenuti alle Compagnie ([omissis] reclami da parte di consumatori afferenti l'obbligatorietà della polizza<sup>21</sup>) o inoltrati all'Autorità da consumatori e acquisiti nel fascicolo istruttorio (26). Si evidenzia altresì che le risposte al questionario fornite dai consumatori nel senso della prospettazione della obbligatorietà della polizza ai fini della concessione del mutuo (n. [omissis]) possono essere anche considerate quali ulteriori indicazioni della sistematica adozione della pratica in esame in virtù delle modalità di selezione del campione dal quale sono stati esclusi sia i soggetti che avevano sporto reclamo nei confronti dei professionisti sia i segnalanti che avevano lamentato tale condotta all'Autorità.

52. Alla luce delle precedenti considerazioni, si ritiene che gli impegni proposti dal professionista nel corso del procedimento non possano essere accolti in quanto relativi a condotte *"manifestamente scorrette e gravi"*, per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, non può trovare applicazione. Tali condotte, infatti, devono ritenersi palesemente non conformi al grado di attenzione e diligenza ragionevolmente esigibile dal professionista nel caso di specie, atteso che la condotta contestata riguarda una delle caratteristiche essenziali dell'offerta. Inoltre, la diffusione della pratica commerciale è avvenuta per un lungo periodo (a partire dal 2008 e fino all'inizio del 2011) e in modo capillare sul territorio nazionale, interessando quindi un gran numero di consumatori.

Sussiste, peraltro, nel caso di specie, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'infrazione.

53. Inoltre tali impegni, ferma restando in ogni caso la gravità della pratica in contestazione che già ne preclude l'accettazione, non si rivelano idonei a consentire la chiusura senza accertamento della procedura, proprio perché le misure indicate dalla Banca, consistendo in modifiche *pro futuro* della documentazione precontrattuale, non risulterebbero in grado di ripristinare l'eventuale pregiudizio arrecato ai consumatori in relazione alla sottoscrizione delle polizze.

54. La pratica commerciale in esame deve ritenersi non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile in base ai principi di correttezza e buona fede che ragionevolmente ci si poteva attendere da un operatore dello specifico settore, in quanto la Banca non si è dotata di strumenti volti a contrastare in maniera efficace le anomalie emerse in relazione alle modalità di collocamento delle polizze e, in particolare, alla raccolta delle adesioni alla copertura assicurativa da parte della clientela.

55. Sulla base delle predette considerazioni, la pratica commerciale posta in essere da BNL, consistente nell'aver vincolato, in molti casi, la concessione del mutuo alla sottoscrizione di polizze assicurative prospettate invece come facoltative nelle comunicazioni commerciali della Banca, deve pertanto ritenersi scorretta ai sensi dell'articolo 20, comma 2, 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.

#### **Pratica sub b)**

56. Nelle condizioni di assicurazione delle polizze delle Compagnie l'indicazione del rateo di premio recuperabile dal consumatore in caso di estinzione anticipata del finanziamento era prospettata, negli anni 2008 e 2009, nel modo seguente:

*"...all'Assicurato sarà rimborsato il rateo di premio relativo al residuo periodo di assicurazione, al netto dei costi di acquisizione, secondo la formula di seguito precisata:*

$$R = P * [(N - K - 2) * (N - K - 1) / (N * (N + 1))] * 0,53.$$

*Dove: R è l'importo da rimborsare; P è il premio imponibile anticipato corrisposto; N è la durata originaria della copertura assicurativa espressa in mesi interi; K è la durata del periodo di copertura assicurativa goduta espressa in mesi interi".*

57. Le modalità espressive utilizzate - incentrate, tra l'altro, sulla fruibilità di un rimborso commisurato al "residuo periodo di assicurazione" ma da calcolare "al netto dei costi di acquisizione" - inducevano verosimilmente il consumatore a ritenere che dall'importo del rateo dovuto all'assicurato - quantificato secondo un principio di proporzionalità al tempo residuo di copertura rispetto alla scadenza originaria della polizza - avrebbero potuto essere trattenuti gli oneri strettamente connessi alla presa in carico del contratto e alla gestione della richiesta del cliente quali le spese amministrative sostenute per l'emissione del contratto, per il rimborso del premio, ecc..

58. In realtà nel corso dell'istruttoria è emerso che tra i costi di acquisizione erano ricompresi anche le commissioni spettanti all'intermediario che ha collocato la polizza senza che però sia data evidenza delle limitazioni al rimborso che ne conseguono, quantificabili per ciò solo in circa il [omissis%] ([omissis%] del premio incassato, più la commissione

---

<sup>20</sup> [Documento nn. 117 e 163 in atti.]

<sup>21</sup> [Documento n. 119 in atti.]



extra del [omissis%] in caso di raggiungimento degli obiettivi di vendita, stando all'accordo quadro tra la Banca e le Compagnie) del premio corrisposto dal consumatore a prescindere dal momento in cui venivano a cessare gli effetti del contratto. L'assenza di tali indicazioni non consente, quindi, al consumatore di effettuare un'adeguata valutazione dell'offerta, stante anche gli effetti particolarmente penalizzanti in caso di recesso nei primi anni di efficacia del contratto come peraltro riconosciuto dalle stesse Compagnie<sup>22</sup>. Sotto diverso profilo, il ruolo svolto da BNL nella diffusione al pubblico della clausola contestata, che garantiva alla Banca un introito sicuro per ogni contratto concluso e, peraltro, di entità ragguardevole (dal [omissis%] al [omissis%]) rispetto alla parte destinata a coprire il rischio assicurato, individua in capo alla stessa uno specifico elemento di responsabilità rispetto a quello delle Compagnie.

59. In tale contesto, contrariamente a quanto sostenuto dalle Compagnie, la scelta di inserire nella clausola relativa al diritto al rimborso parziale del rateo di premio anche la formula matematica non può ritenersi sufficiente a tutelare le esigenze di certezza della clientela sullo specifico punto. Infatti, l'indicata formula non consentiva al consumatore medio di valutare con immediatezza e in autonomia le condizioni economiche della polizza e, in particolare, di comprendere che, in caso di recesso, una porzione significativa della quota di premio non sarebbe stata restituita, a prescindere dal periodo residuo di ammortamento.

60. Né può condividersi l'ulteriore argomentazione difensiva secondo cui la prospettazione dell'importo rimborsabile attraverso la formula matematica non potrebbe essere valutata come avente effetti penalizzanti a carico del cliente in caso di recesso in quanto la clausola attribuiva all'assicurato una possibilità che, all'epoca dei fatti, non era contemplata dalla legge. Infatti, nel caso di specie vengono in rilievo profili di scorrettezza della pratica legati all'ingannevolezza delle indicazioni fornite alla clientela in ordine alle condizioni economiche della polizza che prescindono da una valutazione comparativa tra le facoltà riconosciute al consumatore nella regolamentazione contrattuale e quelle previste dal quadro normativo di riferimento.

61. Alla luce delle precedenti considerazioni, si ritiene che gli impegni proposti dalle Compagnie nel corso del procedimento non possano essere accolti in quanto relativi a condotte "*manifestamente scorrette e gravi*", per le quali l'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, non può trovare applicazione. Tali condotte, infatti, devono ritenersi palesemente non conformi al grado di attenzione e diligenza ragionevolmente esigibile dai professionisti nel caso di specie, atteso che la genericità e l'ambiguità delle modalità espressive utilizzate per quantificare il rateo di premio recuperabile dal consumatore incidono in misura sostanziale sulla valutazione complessiva dell'offerta. Inoltre, la diffusione della pratica commerciale è avvenuta per un lungo periodo (anni 2008 e 2009) e in modo capillare sul territorio nazionale, interessando quindi un gran numero di consumatori.

Sussiste, peraltro, nel caso di specie, l'interesse dell'Autorità a procedere all'accertamento dell'infrazione.

62. Inoltre tali impegni, ferma restando in ogni caso la gravità della pratica in contestazione che già ne preclude l'accettazione, non si rivelano idonei a consentire la chiusura senza accertamento della procedura, proprio perché le misure indicate dalle Compagnie, consistendo in modifiche *pro futuro* della documentazione precontrattuale, non risulterebbero in grado di ripristinare l'eventuale pregiudizio arrecato ai consumatori in relazione alla sottoscrizione delle polizze.

63. La pratica commerciale posta in essere dalle Compagnie e dalla Banca 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 dai professionisti.

64. La pratica commerciale in esame deve inoltre ritenersi non conforme al livello di diligenza professionale ragionevolmente esigibile in base ai principi di correttezza e buona fede che dovrebbero generalmente informare le comunicazioni commerciali di un operatore dello specifico settore di attività, garantendo la chiarezza e la completezza delle informazioni fornite alla clientela.

65. 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.

## VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

66. Ai sensi dell'articolo 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.

67. Inoltre, in caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire come l'articolo 8 della legge 24 novembre 1981, n. 689, enunciando principi generali in materia di sanzioni amministrative, sia pienamente applicabile anche alle materie di competenza dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (*Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenze n. 26 del 2007 e n. 1271 del 2006*).

---

<sup>22</sup> [Documento n. 119 in atti.]

68. Alla luce del quadro giurisprudenziale così delineato, poiché nel presente procedimento sono state accertate distinte pratiche commerciali, ciascuna delle quali dotata di autonomia strutturale, poste in essere con condotte prive del requisito dell'unitarietà e non tutte dagli stessi soggetti, non appare applicabile né l'istituto del concorso formale né quello della continuazione, con conseguente esclusione del regime favorevole del cumulo giuridico e necessaria applicazione del cumulo materiale delle sanzioni.

69. 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 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.

70. Con riguardo alla gravità della pratica commerciale *sub a)* si tiene conto, nella fattispecie in esame, della rilevante dimensione del professionista (una delle principali banche italiane) e dell'estesa penetrazione della pratica realizzata in modo capillare sull'intero territorio nazionale.

71. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere per un periodo lungo, cioè a partire dall'anno 2008 e fino al mese di febbraio dell'anno 2011 (termine ultimo di sottoscrizione dei contratti di mutuo campagna 3,99 oggetto del questionario).

72. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. nella misura di 180.000 € (centottantamila euro).

73. Infine, in considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, una circostanza aggravante in quanto il professionista risulta già destinatario di provvedimenti in violazione del Codice del Consumo<sup>23</sup>, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione nella misura di 200.000 € (duecentomila euro).

74. Con riguardo alla gravità della pratica commerciale *sub b)* si tiene conto, nella fattispecie in esame, oltre che del ruolo svolto da ciascun professionista nella realizzazione della pratica, anche della specifica dimensione economica di ciascuno dei professionisti. Viene inoltre in rilievo l'estesa penetrazione della pratica realizzata in modo capillare sull'intero territorio nazionale.

75. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la pratica commerciale è stata posta in essere negli anni 2008 e 2009.

76. Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. nella misura di 110.000 € (centodiecimila euro), incrementata a 130.000 € (centotrentamila euro) in considerazione della recidiva sopra indicata.

77. Sulla base degli stessi elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Cardif Assurances Risques Divers S.A. nella misura di 100.000 € (centomila euro).

78. Si ritiene altresì di determinare l'importo base della sanzione amministrativa pecuniaria applicabile alla società Cardif Assicurazioni S.p.A. nella misura di 100.000 € (centomila euro).

79. Tuttavia, in considerazione della situazione economica della società Cardif Assicurazioni S.p.A., che presenta condizioni economiche non positive con un bilancio in perdita, si ritiene congruo determinare l'importo della relativa sanzione nella misura di 80.000 € (ottantamila euro).

RITENUTO, pertanto, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub a)* risulta scorretta ai sensi dell'articolo 20, comma 2, 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 alle caratteristiche essenziali del prodotto offerto;

RITENUTO, altresì, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub b)* risulta scorretta ai sensi degli artt. 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 alle condizioni economiche del prodotto offerto.

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera a), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi dell'articolo 20, comma 2, del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, lettera b), del presente provvedimento, posta in essere dalla società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A., dalla società Cardif Assicurazioni S.p.A. e dalla società Cardif Assurances Risques Divers S.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;

---

<sup>23</sup> [PS7196 - BNL-CONTO REVOLUTION, Provvedimento n. 22990 del 16 novembre 2011; BNL - CONTRATTO DI MUTUO, Provvedimento n. 21050 del 28 aprile 2010; PS5130 BNL-PENALE ESTINZIONE ANTICIPATA MUTUI Provvedimento n. 20892 Del 10 marzo 2010; PS4916 - BNL-PRELIEVI GRATUITI Provvedimento n. 21771 del 3 novembre 2010; PS1481 - BNL-CANCELLAZIONE IPOTECA Provvedimento n. 20232 del 28 agosto 2009. ]

c) di irrogare alla società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. relativamente alla pratica di cui al punto a) una sanzione amministrativa pecuniaria di 200.000 € (duecentomila euro);

d) di irrogare alla società Banca Nazionale del Lavoro S.p.A. relativamente alla pratica di cui al punto b) una sanzione amministrativa pecuniaria di 130.000 € (centotrentamila euro);

e) di irrogare alla società Cardif Assurances Risques Divers S.A. relativamente alla pratica di cui al punto b) una sanzione amministrativa pecuniaria di 100.000 € (centomila euro);

f). di irrogare alla società Cardif Assicurazioni S.p.A. relativamente alla pratica di cui al punto b) una sanzione amministrativa pecuniaria di 80.000 € (ottantamila euro).

Le sanzioni amministrative di cui alle precedenti lettere c), d), e) e f) devono essere pagate 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'articolo 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'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 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'articolo 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'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'articolo 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*