

## **PS11454 - BNL-VENDITA ABBINATA AI MUTUI**

Provvedimento n. 28157

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 febbraio 2019;

SENTITO il Relatore Professor Michele Ainis;

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 pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*" (di seguito, Regolamento), adottato dall'Autorità con delibera del 1° aprile 2015;

VISTA la comunicazione del 12 giugno 2019, con cui è stato avviato nei confronti di BNL S.p.A. il procedimento istruttorio PS11454 - BNL-VENDITA ABBINATA AI MUTUI;

VISTI i propri provvedimenti del 12 giugno 2019, con i quali sono stati disposti gli accertamenti ispettivi ai sensi dell'articolo 27, commi 2 e 3, del Codice del Consumo, presso alcune sedi di BNL S.p.A.;

VISTO il proprio provvedimento del 9 ottobre 2019, con il quale, ai sensi dell'articolo 7, comma 3, del Regolamento, è stata disposta la proroga del termine di conclusione del procedimento, in considerazione delle esigenze connesse all'attività di valutazione degli impegni presentati dal Professionista;

VISTO il proprio provvedimento dell'11 dicembre 2019, con cui è stata disposta la proroga del termine finale del procedimento, fissato da ultimo al 22 febbraio 2020, in considerazione di sopraggiunte esigenze istruttorie;

VISTI gli atti del procedimento;

### **I. LE PARTI**

**1.** BNL S.p.A., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, lett. b), del Codice del Consumo. La società è attiva nel settore bancario. Il bilancio della Società al 31 dicembre 2018 presenta un fatturato, calcolato in linea con quanto previsto dal Regolamento n. 139/2004/CE sulle concentrazioni, pari a 2,5 miliardi di euro.

**2.** Altroconsumo, in qualità di associazione segnalante.

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

**3.** Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista nell'ambito della commercializzazione di contratti di mutuo immobiliare (di seguito mutuo) o di mutuo immobiliare con surrogazione (di seguito surroga) e consistenti:

a) nell'aver indotto i consumatori, intenzionati a stipulare contratti di mutuo e/o di surroga, a sottoscrivere polizze assicurative di vario genere (tra cui, ad esempio, incendio e scoppio, polizze a garanzia del credito e polizze sulla vita) offerte e/o commercializzate dalla Banca ponendo tale sottoscrizione come condizione per la concessione del finanziamento;

b) nell'aver indotto i consumatori, intenzionati a concludere contratti di mutuo e/o di surroga, ad aprire un conto corrente presso la medesima Banca, ponendo tale apertura come condizione per la concessione del finanziamento.

### **III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO**

#### **L'iter del procedimento**

**4.** In relazione alle pratiche commerciali sopra descritte, in data 19 giugno 2019 è stato comunicato alle Parti l'avvio del procedimento istruttorio n. PS11454 nei confronti di BNL S.p.A., tra l'altro, per possibile violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo.

**5.** In tale sede, rispetto alla pratica *sub a)* veniva ipotizzata, tra l'altro, l'aggressività della pratica in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo nella misura in cui la Banca, in occasione della stipula del mutuo e/o della surroga, avrebbe esercitato un indebito condizionamento nei confronti del consumatore inducendolo a sottoscrivere polizze assicurative offerte e/o commercializzate dallo stesso istituto di credito come condizione per l'erogazione del finanziamento. In sede di avvio si ipotizzava la realizzazione della pratica aggressiva mediante lo sfruttamento da parte della Banca della posizione di potere che occupa rispetto a coloro che richiedono il mutuo o la surroga, in modo da limitarne notevolmente la capacità di prendere una decisione libera in merito all'acquisto della polizza.

**6.** Nel caso particolare della surroga, l'indebito condizionamento si sarebbe manifestato anche nel costringere i consumatori, già titolari di una polizza incendio e scoppio a favore di altro istituto di credito, ad acquistare la copertura assicurativa imposta dal Professionista, recedendo dalla polizza già nella loro disponibilità, senza consentire la modifica del beneficiario a garanzia del nuovo finanziamento.

7. Rispetto alla pratica *sub b)*, è stata ipotizzata l'aggressività in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo nella misura in cui il professionista, in occasione della stipula del mutuo e/o della surroga, avrebbe esercitato un indebito condizionamento nei confronti del consumatore inducendolo ad aprire un conto corrente presso la stessa Banca. Ciò si sarebbe realizzato mediante lo sfruttamento da parte della Banca della posizione di potere che occupa rispetto a coloro che richiedono il mutuo o la surroga, in modo da limitarne notevolmente la capacità di prendere una decisione libera in merito all'acquisto del mutuo e /o all'apertura del conto corrente, nonché mediante la previsione nelle condizioni di erogazione del mutuo, di una commissione nel caso di incasso rata da conti accesi presso altre banche a fronte della gratuità nel caso di rimborso delle rate su un conto corrente della stessa banca.
8. In data 19 giugno 2019 sono state svolte ispezioni presso le sedi della società.
9. In data 15 luglio 2019 BNL ha comunicato le informazioni e i documenti richiesti in sede di avvio.
10. In data 30 ottobre 2019, dopo un'istanza di proroga, si è svolta l'audizione richiesta da BNL S.p.A.
11. Il 6 novembre 2019 BNL S.p.A. ha fatto pervenire il riscontro alla richiesta di informazioni formulata in sede di audizione.
12. In data 28 novembre 2019 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento.
13. Il 18 dicembre 2019 è pervenuta la memoria conclusiva della Parte.
14. Il 5 agosto 2019, ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del Consumo, il Professionista ha presentato impegni volti a rimuovere i profili di scorrettezza delle pratiche commerciali oggetto di contestazione.
15. Tali impegni sono stati rigettati dall'Autorità nell'adunanza del 1° ottobre 2019 e la relativa comunicazione è stata inviata al Professionista in data 3 ottobre 2019.

## 2) Le evidenze acquisite

### Le segnalazioni pervenute

16. Dal 2017 e in corso di procedimento sono pervenute diverse segnalazioni di singoli consumatori e una denuncia di Altroconsumo, con le quali è stata segnalata la sussistenza di pratiche commerciali scorrette poste in essere da BNL nella conclusione di contratti di mutuo immobiliare ipotecario o di mutuo immobiliare ipotecario con surrogazione.
17. In particolare, con denuncia pervenuta il 18 dicembre 2018, Altroconsumo ha illustrato i risultati di un'indagine svolta nel mese di novembre 2018 (*mystery shopping*), incentrata sulle surroghe, che ha coinvolto numerose agenzie bancarie appartenenti a diversi istituti di credito.
18. Dalle informazioni fornite dall'associazione di consumatori è emerso che, tra le altre, in una filiale di BNL la surroga viene subordinata alla stipula di una nuova "polizza casa" (polizza per scoppio e incendio), non accettando la polizza già sottoscritta dal mutuatario a favore della precedente banca creditrice.
19. Il 16 luglio 2019 è pervenuta una comunicazione da Parte di IVASS con la quale sono state trasmesse le informazioni e la documentazione richiesta a BNL a seguito della denuncia di Altroconsumo.

### Pratica *sub a)*

#### Politiche di abbinamento delle polizze assicurative: modalità di collocamento, obiettivi, monitoraggi

20. Con riferimento alla condotta *sub a)*, dalla documentazione in atti emerge, anzitutto, la sussistenza di pressioni esercitate sul canale *retail*. Agli atti sono state acquisite *mail* di sollecito rivolte alla forza vendita dal direttore di filiale, spesso riferite alle singole istruttorie di mutuo, finalizzate a ottenere dai potenziali clienti abbinamenti di vario genere (*cross-selling*), anche con le polizze di protezione<sup>1</sup>, nonché *mail* inviate dai consulenti ai direttori tese a sottolineare che le singole richieste di mutuo possono essere soddisfatte con abbinamenti con polizze e conti correnti<sup>2</sup>.
21. Da una *mail* risulta, inoltre, la raccomandazione rivolta alla forza vendita di pianificare appuntamenti con i clienti "mirati al *cross-selling*", cui far partecipare i consulenti protezione<sup>3</sup>.
22. Anche le rinegoziazioni, secondo quanto è dato evincere da una *mail*, devono essere sempre proposte con c.d. *cross selling*. In tal senso, si legge: "Focus Protezione Q2. Campagna Premiati e Protetti" "Ragazze mi serve il dato a fine giornata. Vi prego pertanto: 1) fare a chiunque si siede il check up. 2) Abbinare sempre serenety e no problem ad ogni apertura di c/c. 3) Non proporre rinegoziazioni senza cross selling. 4) rinnovare i fidi con cross selling. Solo in questo modo possiamo risalire dal penultimo posto (ultima slide)"<sup>4</sup>.
23. Sin dal 2015 la banca risulta aver predisposto sessioni formative specifiche, aventi ad oggetto la proposizione di prodotti CPI, al fine di promuovere presso gli "HUB con maggiori criticità" una buona vendita. Nelle *slides* dedicate

<sup>1</sup> [Cfr. doc. n. 136 dell'indice del fascicolo nonché doc. nn. 129 e 130 dell'indice del fascicolo. Ad esempio, in una mail riferita alla concessione di un mutuo si legge: "Riusciamo a fare un cross selling importante? Oltre(..), proponiamo (...) e POLIZZE DI PROTEZIONE IN PRIMIS... (...) Mi dai riscontro per favore?" ]

<sup>2</sup> [Cfr. doc. n. 134 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>3</sup> [Cfr. doc. n. 140 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>4</sup> [Cfr. doc. n. 109 dell'indice del fascicolo. ]

all'approccio da tenere nella fase di vendita sono presenti vari riferimenti a come guidare e stimolare il consumatore, nonché a sfruttare le varie occasioni di incontro in Banca per procedere al collocamento delle polizze<sup>5</sup>.

**24.** Inoltre, tra i "consigli operativi per una buona vendita", il consulente riceve l'indicazione di raccogliere tutte le firme. Operazione che dalla lettura complessiva del testo sembra debba avvenire contestualmente alla consegna della documentazione limitando, di fatto, il tempo a disposizione del cliente per poter effettivamente leggere e comprendere il relativo contenuto.

**25.** La stipulazione di polizze da abbinare ai mutui è poi oggetto di monitoraggio da parte di BNL<sup>6</sup>. Ciò emerge, in particolare, da uno scambio di *mail* interno alla banca che contiene tra gli allegati documenti dai quali emerge la sussistenza di classifiche a livello di agenzia con riferimento anche agli abbinamenti<sup>7</sup>.

**26.** La stipulazione di polizze da abbinare ai mutui è inoltre oggetto di specifici obiettivi di *budget*<sup>8</sup>. Da un documento emerge come il *cross selling* rappresenti uno dei principali obiettivi per le figure di coordinamento (il Direttore Gruppo filiali, il Direttore di filiale e il *Team leader direct banking individuals*). Nel documento si legge: *[omissis]*<sup>\*</sup>.

**27.** Quanto agli incentivi, il sistema Performance e Qualità della forza vendita (ruoli di coordinamento e ruoli di filiale), a diversi livelli, individua tra le variabili considerate ai fini delle classifiche di agenzia e dei sistemi di remunerazione il numero delle polizze attivate.

**28.** In particolare, in un documento relativo al premio di qualità 2019, viene indicata come variabile nella definizione del premio per il Direttore di filiale, il Direttore operativo di filiale e il Responsabile operativo di gruppo la "Survey sulla CPI dove presente"<sup>9</sup>. Analoga variabile viene considerata, in altro documento, per la definizione del premio da riconoscere al *Personal Advisor* e ai consulenti clientela privata<sup>10</sup>. La valorizzazione del numero di polizze di protezione vendute emerge anche in altro documento interno, nel quale viene conferito un punteggio per le polizze di protezione vendute (particolarmente alto nel caso delle polizze vita) che concorre a formare il punteggio complessivo per la partecipazione dei consulenti più meritevoli a eventi formativi particolarmente ambiti<sup>11</sup>.

#### *Reclami*

**29.** Agli atti vi sono, inoltre, reclami dei consumatori che lamentano la sussistenza della pratica commerciale.

**30.** In particolare, un consumatore lamenta di essersi recato in una filiale di BNL di Roma, nel maggio 2018, per avere informazioni circa la possibilità di surrogare un mutuo. Il consumatore riferisce che al momento dell'incontro, il consulente avrebbe comunicato subito che la pratica sarebbe stata da loro valutata solo con l'inserimento di una polizza CPI abbinata al mutuo, per ovvie motivazioni di convenienza economica. Politica confermata dal Responsabile della filiale che, all'eccezione del consumatore circa la non obbligatorietà della polizza, avrebbe aggiunto che la banca avrebbe trovato altre motivazioni per non accogliere la richiesta<sup>12</sup>.

**31.** In forma del tutto analoga un altro consumatore lamenta di essersi recato, il 27 ottobre 2017, presso una filiale della BNL di Marsala per una richiesta di surroga. La richiesta sarebbe stata rifiutata dalla Banca in quanto il consumatore non avrebbe accettato di stipulare un'assicurazione sulla vita commercializzata dalla Banca<sup>13</sup>.

**32.** Inoltre, in un reclamo un'associazione di consumatori riferisce che un suo assistito sarebbe stato costretto a concludere una polizza assicurativa con la Cardif sia in sede di concessione del mutuo - in quanto la necessità di sottoscrivere la polizza gli sarebbe stata sottaciuta in fase di trattativa e comunicata solo poco prima della stipula del contratto di mutuo e dunque a ridosso del contratto di compravendita dell'immobile per cui veniva richiesto - sia in

---

<sup>5</sup> [Cfr. doc. n. 86 dell'indice del fascicolo. Nelle slides dedicate alla fase di vendita "come approcciare l'atto di vendita" si legge: "come approcciare l'atto di vendita?: Cosa fare?: Far immaginare al cliente una situazione in cui si senta coinvolto, una situazione in grado di stimolarlo; guidarlo in modo che alla fine tutte le informazioni siano coerenti con la realtà effettiva e con le sue aspettative emotive; Come fare? Parlando con il cliente, sfruttando tutte le occasioni in cui il cliente è in Banca e creando ogni situazione finalizzata a proporre una analisi dei suoi bisogni assicurativi e dei suoi rischi per offrire una consulenza vera (...)". I principali step descritti nella slide successiva sono i seguenti: consolidare la relazione (Empatia, Competenza, Chiarezza, Disponibilità); scoprire il gap (evidenziare i rischi, le esigenze, le analisi, i bisogni); colmare il gap (proporre soluzioni, enfatizzare i servizi legati al prodotto, condividere le scelte). Nel caso di obiezioni, viene consigliato di "indurre all'azione consapevole" ("Essere propositivi Superare le obiezioni incrementando la consapevolezza del cliente nella scelta, chiudere la trattativa"). Più avanti si legge: "Il gestore ha l'opportunità di curare la relazione con il proprio cliente oltre che dal lato finanziario anche dal punto di vista assicurativo impostando correttamente il processo di vendita sui bisogni non solo finanziari della persona"; "dopo aver interessato il cliente è importante guidarlo nella scelta". "Indirizza il cliente per far emergere il bisogno di tutela: Es. "...Ha mai pensato a cosa accadrebbe se perdesse il suo lavoro ...?".]

<sup>6</sup> [Cfr. doc. n. 109 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>7</sup> [Cfr. doc. n. 109 dell'indice del fascicolo (scambio mail focus protezione campagna premiati e protetti del 2017). ]

<sup>8</sup> [Cfr. doc. n. 99 dell'indice del fascicolo. ]

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

<sup>9</sup> [Cfr. doc. n. 101 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>10</sup> [Cfr. doc. n. 102 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>11</sup> [Cfr. doc. n. 98 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>12</sup> [Cfr. doc. n. 18 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>13</sup> [Nel reclamo si legge: "mi è stato chiaramente detto "o stipuli questa assicurazione da 65 euro al mese per 30 con un costo complessivo di 23.400 euro oppure la direttrice della banca non procederà ad inoltrare la richiesta". Cfr. doc. n. 17 dell'indice del fascicolo. ]

sede di rinegoziazione. In particolare, il funzionario avrebbe riferito al consumatore che la banca avrebbe proceduto alla rinegoziazione con un tasso di interesse più basso rispetto a quello applicato normalmente solo se il consumatore avesse proceduto a stipulare una polizza assicurativa<sup>14</sup>.

#### *Consapevolezza di criticità nel collocamento delle polizze*

**33.** La vendita delle polizze contestualmente al mutuo risulta, poi, essere oggetto di specifiche indagini di *customer satisfaction* svolte dal 2015 al 2018. Le indagini del 2015, 2016 e 2017 sono state condotte attraverso interviste svolte su un campione rappresentativo di clienti (600) appartenenti agli HUB con percentuali di abbinamento superiori alla media e su un campione rappresentativo di clienti (200) appartenenti ai restanti HUB.

**34.** Da tali documenti risulta che, tra il 2015 e il 2017, in una percentuale di casi compresa tra il 75% e l'85%, la polizza è stata presentata al primo incontro o durante la raccolta dei documenti per la finalizzazione del mutuo e che, in diversi casi, i consumatori sono stati indotti a sottoscrivere la polizza nella convinzione che in sua assenza la banca non avrebbe concesso il mutuo<sup>15</sup>.

**35.** Inoltre, l'indagine del 2018 volta a verificare la soddisfazione del cliente rispetto ai prodotti mutuo e polizze contiene, tra i motivi di insoddisfazione aspetti legati alle modalità di collocamento delle polizze (tra le risposte alle interviste evidenziate nel documento si legge "obbligo a fare una polizza di 13.000 euro"; "sussistenza di una forzatura sull'assicurazione"; "troppe assicurazioni per rinegoziare"; "insistenza che utilizzano gli agenti nel farti sottoscrivere la polizza assicurativa sul capitale"; "poca chiarezza e imposizioni su assicurazioni e apertura conto"; "tentativo estorsione polizza")<sup>16</sup>.

#### *Indici di abbinamento*

**36.** La documentazione agli atti evidenzia altresì che, nel periodo compreso tra gennaio 2017 e marzo 2019, circa il [90%-95%] delle surroghe sono state concesse con contestuale sottoscrizione della polizza incendio e scoppio offerta dalla Banca (Generali S.p.A.)<sup>17</sup>.

**37.** Il riscontro della Banca alla richiesta di informazioni formulata contestualmente alla comunicazione di avvio pervenuto il 15 luglio u.s. ha confermato il suddetto valore ed evidenziato una percentuale analoga anche con riferimento al mutuo (circa del [90-95%])<sup>18</sup>.

**38.** Dallo stesso riscontro emergono, altresì, con riferimento al periodo compreso tra gennaio 2017 e giugno 2019, indici di abbinamento delle polizze PPI collocate da BNL con percentuali comprese tra il 40% e il 50% sul totale dei mutui erogati e il 30% e il 40% sul totale delle surroghe erogate. In entrambi i casi si registra un progressivo aumento degli indici di penetrazione dal 2017 ad oggi<sup>19</sup>.

#### *Le retrocessioni*

**39.** Infine, BNL percepisce per la distribuzione delle polizze assicurative contributi fissi e provvigioni. Dai documenti ispettivi emerge, infatti, che le polizze CPI sono oggetto di accordi distributivi tra BNL e CARDIF. In particolare, l'accordo quadro di intermediazione concluso in data 30 giugno 2017 prevede per le polizze BNL Salute, BNL Salute Plus, BNL Reddito Protetto, BNL Casa e Famiglia distribuite tramite filiali, canale *telemarketing*, o tramite *web*, una commissione a favore di BNL pari al [30-35%] del premio.

**40.** Per la distribuzione della polizza incendio e scoppio, BNL ha sottoscritto un accordo con una compagnia assicurativa. Dall'accordo acquisito agli atti emerge che alla banca è riconosciuta una provvigione del [30-35%] del premio imponibile.

#### *Pratica sub b)*

**41.** Con riferimento alla condotta *sub b)*, dalla documentazione in atti emerge la richiesta da parte di BNL per il pagamento di ogni rata di una somma di 5 euro nel caso in cui il consumatore non regoli la restituzione del mutuo su un conto corrente presso la filiale della banca erogatrice, a fronte della gratuità nel caso di addebito su un conto corrente BNL<sup>20</sup>.

**42.** Nel corso delle attività ispettive, il Direttore di una delle filiali considerate ha dichiarato che "nessun cliente gli ha mai richiesto di non avere il conto corrente" ed ha sottolineato che, seppure la concessione del mutuo non venga assoggettata all'apertura di un rapporto di conto corrente con la banca, l'assenza di tale apertura "determina una difficoltà oggettiva, nella prosecuzione del rapporto da parte degli "addetti", di conoscere compiutamente l'effettiva

<sup>14</sup> [Cfr. doc. n. 25 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>15</sup> [Cfr. doc. n. 82, 84 e 85 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>16</sup> [Cfr. doc. n. 83 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>17</sup> [Cfr. doc. n. 90 dell'indice del fascicolo. Il dato risulta confermato dalle informazioni fornite dalla Banca ad IVASS riferite agli anni 2017 ([90 95%]) e 2018 ([90 95%]) doc. n. 178 dell'indice del fascicolo.]

<sup>18</sup> [Cfr. doc. n. 177 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>19</sup> [Cfr. doc. n. 177 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>20</sup> [Cfr. doc. n. 5 dell'indice del fascicolo. ]

*movimentazione del cliente nelle future valutazioni/revisioni della posizione fiduciaria". È stato inoltre evidenziato che, in sede di consulenza, vengono prospettati "i costi relativi all'apertura del conto presso la Banca BNL intesa come opportunità di relazione e servizio così come, ai fini di trasparenza, l'eventuale costo del RID per il collegamento su altro Istituto (5 euro/rata)"<sup>21</sup>.*

**43.** Inoltre, in una mail indirizzata da un consulente al proprio Direttore si legge: "*Buongiorno Direttore, in allegato alla presente nuova richiesta di mutuo da parte di clienti PROSPECT per acquisto prima casa, assistita da copertura assicurativa SERENITY PREMIUM per intero importo e durata ed ovviamente da apertura conti corrente (personale e business) con cross-selling relativo Attendo tuo riscontro per eventuale prosecuzione iter istruttorio*"<sup>22</sup>.

**44.** Infine, diversi consumatori hanno denunciato, anche nel corso del procedimento, l'imposizione dell'apertura del conto corrente al fine di ottenere il mutuo immobiliare e/o la surroga<sup>23</sup>.

**45.** Quanto ai dati, dalla documentazione in atti emerge che, nel periodo compreso tra gennaio 2017 e giugno 2019, una percentuale compresa tra il 50% (2018) e il 55% (prima metà 2019) dei mutui e il 65% (2017) e il 75% (prima metà 2019) di surroghe, è stata erogata con la contestuale apertura di un conto corrente bancario di BNL.

### **3) Le argomentazioni difensive della Parte**

**46.** In linea generale, secondo BNL non sarebbero soddisfatte le condizioni che devono cumulativamente sussistere affinché possa ritenersi integrata una pratica commerciale scorretta, ovvero la contrarietà della pratica alla diligenza professionale, l'attitudine a falsare in misura apprezzabile il comportamento del consumatore medio e la sussistenza di una vera e propria prassi. Più nello specifico, rispetto alle due pratiche commerciali BNL ha argomentato, in estrema sintesi, quanto segue.

#### *Pratica sub a)*

**47.** Le modalità di vendita delle polizze sarebbero idonee a garantire che il consumatore sia correttamente informato in merito alle caratteristiche dei prodotti che gli vengono proposti, in quanto la documentazione pre-contrattuale e contrattuale fornita da BNL – in attuazione di quanto previsto nel Protocollo di Intesa tra Assofin, Abi e le Associazioni dei consumatori, sottoscritto dalla Banca nel 2013/14 – chiarisce espressamente che le Polizze CPI sono facoltative e non necessarie al fine di ottenere il mutuo o la surroga.

**48.** Inoltre, i tassi di abbinamento tra le surroghe stipulate presso BNL e le Polizze incendio e scoppio (pari, tra gennaio 2017 e marzo 2019, a circa il [90-95%]) non costituirebbero una prova dell'infrazione. Gli stessi, infatti, indicherebbero unicamente che un certo numero di clienti ha deciso di sottoscrivere le Polizze incendio e scoppio proposte da BNL contestualmente alla sottoscrizione di un contratto di mutuo e/o surroga, ma nulla dicono in merito alle ragioni che li hanno spinti a tale scelta né tantomeno dimostrano che questa sia frutto di un indebito condizionamento della Banca. La possibilità di acquistare la polizza presso l'istituto che eroga il finanziamento rappresenterebbe un vantaggio per il cliente, che dovrebbe altrimenti rivolgersi a una o più agenzie assicurative alla ricerca di una polizza con caratteristiche in linea con le *policy* di rischio accettate dalla banca erogante. Anche nel caso di surroga, i clienti potrebbero ritenere più conveniente la nuova polizza rispetto a quella sottoscritta con l'istituto precedente oppure essere impossibilitati a mantenere in essere la vecchia copertura.

**49.** Parimenti irrilevanti sarebbero i tassi di abbinamento tra i mutui/surroghe e le Polizze CPI (pari, tra gennaio 2017 e giugno 2019, al 40-50% per i mutui, e al 30-40% per le surroghe). Le percentuali, oltre a non risultare particolarmente significative, nulla direbbero in merito alle ragioni che hanno spinto i clienti BNL, cui veniva erogato un mutuo o una surroga, a sottoscrivere altresì una Polizza CPI, né dimostrerebbero che questa sia frutto di un indebito condizionamento della Banca.

**50.** Le criticità che emergono dall'analisi di *customer satisfaction* sono riferite a percentuali irrisorie di insoddisfazione dei clienti. Nella maggior parte dei casi, infatti, le risultanze dei monitoraggi avrebbero dimostrato che i clienti sottoscrittori di una Polizza CPI, in occasione della stipula del mutuo, mostrano un grado di soddisfazione complessivo in merito al servizio offerto dalla Banca maggiore rispetto ai clienti non sottoscrittori. Da ciò si evincerebbe non solo che i consumatori sono consapevoli delle caratteristiche del prodotto accessorio offerto da BNL al momento della stipula di un mutuo, ma anche che tale prodotto si rivela idoneo a soddisfare una specifica esigenza del cliente. In ogni caso, BNL avrebbe posto in essere diverse misure volte a superare le sporadiche criticità che si sono presentate nei processi di vendita, richiamando formalmente i responsabili degli *hub* ove fossero rilevate situazioni anomale nei processi di vendita delle Polizze CPI.

**51.** Quanto al materiale informativo, non verrebbe mai suggerito alla forza vendita di operare alcun indebito condizionamento sul consumatore, in quanto nelle *slide* viene specificato che la sottoscrizione della polizza non è necessaria per l'ottenimento del finanziamento ed è evidenziata in grassetto l'importanza di sottoporre al cliente il Questionario di Adeguatezza, documento che permette di valutare la reale idoneità del prodotto offerto a soddisfare le

<sup>21</sup> [Cfr. dichiarazioni allegare al verbale ispettivo doc. n. 104 dell'indice del fascicolo.]

<sup>22</sup> [Cfr. doc. n. 132 dell'indice del fascicolo.]

<sup>23</sup> [Cfr. ad esempio doc. n. 1 dell'indice del fascicolo. Cfr. inoltre doc. n. 227 dell'indice del fascicolo contenente il reclamo di un consumatore pervenuto il 23 gennaio 2020 che riferisce di aver dovuto rinunciare ad una surroga in quanto la stessa sarebbe stata concessa solo a seguito dell'apertura di un conto corrente con la banca e dell'accredito dello stipendio. ]

esigenze del singolo consumatore. L'indebito condizionamento dovrebbe essere escluso anche in ragione della presenza di un'intera sezione dedicata al processo di "buona vendita", ove è sottolineata l'importanza che il prodotto offerto sia adeguato al consumatore e le caratteristiche siano correttamente comprese.

**52.** Le *mail* interne acquisite agli atti, concernenti l'attività di *cross-selling*, non proverebbero la sussistenza di pressioni esercitate sul canale *retail*. In realtà, dalle *email* contestate si evincerebbe unicamente che ai dipendenti di BNL vengono chieste informazioni in merito alla possibilità di collocare prodotti in *cross-selling*. L'accusa sarebbe poi smentita da una *mail* acquisita agli atti nella quale un dipendente BNL risponde di aver proposto una polizza ad un cliente, che tuttavia non era interessato ([*omissis*]). Ciò proverebbe che i clienti sono liberi di rifiutare di sottoscrivere i prodotti offerti in *cross-selling* dalla Banca.

**53.** La Banca sottolinea inoltre la liceità di quanto emerge da un gruppo di email interne ad una filiale BNL in merito alla circostanza che le rinegoziazioni dei mutui devono sempre essere proposte contestualmente a qualche prodotto in *cross-selling* e che i dati di *cross-selling* sono costantemente monitorati dalla Banca.

**54.** Non dimostrerebbe alcun incoraggiamento da parte della Banca verso attività di *cross-selling*, la circostanza che tra gli incentivi per la valutazione dei dirigenti e dei dipendenti siano incluse anche le risultanze delle "Survey CPI"; ciò in quanto il sistema di incentivi della Banca non è mai legato a variabili distributive o contributive di singolo prodotto o famiglia di prodotti, né sono mai presenti indicatori di *cross selling*, proprio al fine di evitare possibili fenomeni distorsivi.

**55.** Inoltre, anche la specifica iniziativa premiale lanciata da BNL che prevedeva l'assegnazione, alle proprie divisioni *commercial* e *private banking*, di un punteggio sulla base di diversi parametri di *performance*, tra cui il quantitativo di polizze commercializzate, non dimostrerebbe alcun incoraggiamento dei dipendenti ad effettuare un'illegittima attività di abbinamento forzoso. Difatti, nel documento è chiaramente indicato che il premio viene assegnato solo a condizione che il vincitore abbia seguito le indicazioni di buona vendita, *i.e.* egli non abbia venduto prodotti inadeguati, abbia rispettato la normativa rilevante, non abbia ricevuto reclami in merito alle vendite effettuate.

**56.** Infine, il numero esiguo dei reclami ricevuti, testimonierebbe l'assenza di serialità della condotta, con conseguente esclusione di una pratica commerciale scorretta.

*Pratica sub b)*

**57.** La Banca ha dichiarato di offrire ai consumatori la possibilità di aprire un conto corrente, anche in occasione della stipula di un contratto di mutuo o surroga presso l'istituto stesso, qualora i soggetti mutuatari non siano già clienti BNL. Tale apertura consente al cliente di usufruire di tutti i servizi offerti sul conto corrente, ivi inclusa la possibilità di addebitare le rate del mutuo direttamente sul conto in questione.

**58.** Tuttavia, BNL non avrebbe mai condizionato l'erogazione dei mutui e delle surroghe all'apertura di un conto corrente, essendosi limitata a prospettare – del tutto legittimamente – ai clienti cui erogava un mutuo e/o una surroga la possibilità di aprire un conto corrente presso la Banca medesima, lasciando loro impregiudicata la facoltà di continuare ad avvalersi del conto corrente eventualmente già in essere o di sceglierne un altro.

**59.** Nella commercializzazione di tale prodotto la Banca avrebbe tenuto un comportamento congruo agli obblighi di diligenza e deontologia, prevedendo un'informativa al consumatore conforme alle disposizioni del Codice del Consumo.

**60.** Anzitutto, nel "*Prospetto Informativo Europeo Standardizzato*" che viene sottoposto al cliente in fase pre-contrattuale e che deve essere da questi sottoscritto, nella sezione "*Tasso d'interesse e altri costi*" è chiaramente indicato che: "*il cliente ha facoltà di scegliere di pagare le rate in modo diverso dall'addebito diretto su c/c BNL: presso lo sportello BNL o con addebito su c/corrente di altra Banca (in tali casi alla scadenza di ogni singola rata sarà dovuto un importo di 5 euro)*"; Le stesse avvertenze indicate nel PIES sono segnalate nel "Preventivo Mutuo".

**61.** Inoltre, analogamente a quanto sostenuto rispetto alla pratica *sub a)* i dati percentuali evidenzerebbero unicamente che un certo numero di clienti ha deciso di aprire un conto corrente presso BNL contestualmente alla sottoscrizione di un contratto di mutuo e/o surroga, ma nulla direbbero in merito alle ragioni che li hanno spinti a tale scelta né tantomeno dimostrerebbero che questa sia frutto di un indebito condizionamento della Banca.

**62.** L'apertura del conto corrente presso BNL in occasione della stipula di un contratto di mutuo o surroga costituirebbe un elemento positivo agli occhi dei consumatori, i quali utilizzerebbero a tutti gli effetti il conto per ogni finalità cui esso è preposto (*e.g.* effettuare bonifici, accreditarvi lo stipendio, ritirare liquidità agli sportelli bancari tramite il bancomat).

**63.** La Banca ha rilevato, poi, come l'addebito dei 5 € non costituirebbe una leva per indurre forzatamente i consumatori ad aprire un conto corrente presso BNL. Non sussisterebbe, infatti, alcuna norma che vieti alle banche di applicare condizioni di mutuo/surroga migliorative per i clienti propri correntisti. Peraltro, nel caso di BNL, l'addebito dell'importo di 5€ sarebbe pienamente giustificato in quanto dipenderebbe dai costi amministrativi e di gestione che la Banca deve sostenere qualora il pagamento non avvenga tramite addebito diretto su conto corrente BNL. Invero, il costo medio ponderato che BNL deve sostenere per la gestione manuale dei bonifici di pagamento della rata del mutuo e per la gestione manuale degli scarti SSD è pari a [*omissis*].

#### **IV. PARERE DELLA BANCA D'ITALIA**

**64.** Poiché la pratica commerciale oggetto del presente provvedimento riguarda il settore bancario, in data 8 gennaio 2020 è stato richiesto il parere a Banca d'Italia, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo.

**65.** Con parere pervenuto in data 6 febbraio 2019, la suddetta Autorità ha rilevato quanto segue:

le disposizioni di "Trasparenza" consentono agli intermediari di offrire, accanto a un contratto di finanziamento, altri contratti (anche assicurativi), purché siano adottate procedure organizzative e di controllo interno che assicurino: *i)* una valutazione dei rischi (anche legali e reputazionali) connessi con l'offerta contestuale di più contratti; *ii)* la comprensibilità per i clienti della struttura, delle caratteristiche e dei rischi tipicamente connessi con la combinazione dei prodotti offerti contestualmente; *iii)* la corretta inclusione nel TAEG dei costi dei servizi accessori connessi con il contratto di credito; *iv)* il rispetto nelle procedure di commercializzazione dei principi di trasparenza e correttezza; *v)* che le forme di remunerazione e valutazione del personale e della rete non incentivino la vendita congiunta in misura maggiore rispetto alla vendita separata qualora il contratto offerto congiuntamente al finanziamento sia facoltativo.

Con specifico riguardo al credito immobiliare ai consumatori, in base all'articolo 120-*octiesdecies* del TUB, i pacchetti che prevedono un abbinamento con "altri prodotti o servizi finanziari distinti" possono essere offerti e commercializzati purché il contratto di credito sia disponibile per il consumatore anche separatamente; viene comunque fatto salvo quanto previsto dall'articolo 21, comma 3-*bis*, del Codice del consumo.

#### **V. PARERE DELL'IVASS**

**66.** Poiché la pratica commerciale sub a) oggetto del presente provvedimento riguarda tra gli altri, prodotti assicurativi in data 8 gennaio 2020 è stato richiesto il parere dell'IVASS, ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 27, comma 1-*bis*, del Codice del Consumo.

**67.** Con parere pervenuto in data 14 febbraio 2020, la suddetta Autorità ha concordato con il rigetto degli impegni presentati, rilevandoli non idonei a rimuovere i profili di scorrettezza della pratica *sub a)*.

#### **VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE**

##### ***Considerazioni preliminari***

**68.** Il procedimento ha ad oggetto due pratiche commerciali consistenti, rispettivamente nell'aver indotto nei fatti i consumatori, intenzionati a stipulare contratti di mutuo e/o di surroga: a) a sottoscrivere polizze assicurative di vario genere a copertura del finanziamento (tra cui, ad esempio, incendio e scoppio, polizze a garanzia del credito e polizze sulla vita)<sup>24</sup> offerte e/o commercializzate dalla Banca, ponendo tale sottoscrizione come condizione per la concessione del finanziamento; b) ad aprire un conto corrente presso la medesima Banca, ponendo tale apertura come condizione per la concessione del finanziamento.

**69.** Al riguardo, in linea generale, occorre sin da subito rilevare che le due condotte, tra loro autonome, sono state realizzate in un contesto in cui il potenziale cliente risulta particolarmente vulnerabile. Infatti, il consumatore, nelle trattative relative alla conclusione di un contratto di mutuo anche con surroga, è parte di un rapporto contrattuale sbilanciato, in cui non ha né la certezza della concessione del mutuo né la sicurezza della tempestività, atteso che tale concessione è rimessa ad una decisione unilaterale della Banca.

**70.** Tale relazione sbilanciata si inserisce in un contesto giuridico che consente la vendita abbinata tra mutui/surroghe e polizze assicurative, a talune condizioni. Infatti, ai sensi dell'articolo 120-*octiesdecies* del Testo Unico Bancario, rubricato "Pratiche di commercializzazione abbinante", le vendite abbinate tra un contratto di credito e altri prodotti finanziari sono consentite, purché il contratto di credito sia disponibile per il consumatore anche separatamente. Tale principio è integrato dall'articolo 28 del d.l. 24 gennaio 2012, secondo cui le banche e gli intermediari finanziari possono "condizionare l'erogazione del mutuo immobiliare o del credito al consumo alla stipula di un contratto di assicurazione" ovvero possono "abbinare un contratto di assicurazione all'erogazione del mutuo o del credito", purché accettino, "senza variare le condizioni offerte per l'erogazione del mutuo immobiliare o del credito al consumo", la polizza che il cliente presenterà o reperirà sul mercato; in tali casi la polizza presentata dal cliente "deve avere contenuti minimi corrispondenti a quelli richiesti". Nello stesso senso, l'articolo 120 *quinquies* ("Vendita abbinata") del "Codice delle assicurazioni private" (D. Lgs. n. 209/2005), al comma 3 prevede che "se un prodotto assicurativo è accessorio rispetto a un bene o servizio diverso da una assicurazione, come parte di un pacchetto o dello stesso accordo, il distributore di prodotti assicurativi offre al contraente la possibilità di acquistare il bene o servizio separatamente".

**71.** Pertanto, in estrema sintesi, il quadro normativo complessivo - che non vieta alle banche di procedere ad una vendita abbinata del mutuo immobiliare e di una polizza assicurativa - richiede, tuttavia, che il consumatore debba essere messo nella condizione di poter scegliere e reperire autonomamente sul mercato una polizza più conveniente di quella offerta dallo stesso erogatore del credito, anche laddove essa sia ritenuta obbligatoria.

---

<sup>24</sup> [Definite anche, secondo la prassi del settore, polizze *payment protection insurance (PPI)* o polizze *credit protection insurance (CPI)*.]

**72.** Più in generale, e con riferimento anche ai conti correnti, lo stato di vulnerabilità in cui versa il consumatore che si accinge a stipulare un contratto di mutuo o a richiedere una surroga emerge dalla stessa regolazione settoriale che, proprio in considerazione delle posizioni non paritarie delle Parti nel rapporto giuridico in rilievo, ha istituito presidi a tutela del consumatore derivanti da modulistica informativa e contrattuale conforme a criteri di trasparenza, del tutto irrilevante nell'ambito della presente valutazione che ha ad oggetto i comportamenti adottati in concreto dalla Banca e che, giova sin da subito evidenziare, esula dall'oggetto del presente procedimento.

**73.** Ciò premesso, dalle risultanze istruttorie riportate in fatto è emerso, come si illustrerà, un complesso di elementi probatori che nella loro valutazione unitaria testimoniano la sussistenza di pressioni poste in essere da BNL idonee a condizionare indebitamente i consumatori ad acquistare, in abbinamento al mutuo o alla surroga, polizze assicurative di incendio o scoppio o a protezione del finanziamento, collocate dalla stessa Banca, e ad aprire nuovi conti correnti.

*Pratica sub a)*

*Politiche aggressive nel collocamento abbinato*

**74.** Nel merito, dalla documentazione in atti emerge, anzitutto, la sussistenza di pressioni esercitate sul canale *retail*. Come evidenziato, agli atti sono state acquisite *mail* di sollecito rivolte alla forza vendita dal direttore di filiale, spesso riferite alle singole istruttorie di mutuo, finalizzate a ottenere presso i potenziali clienti abbinamenti di vario genere (*cross-selling*), anche con le polizze di protezione<sup>25</sup>, nonché *mail* inviate dai consulenti ai direttori tese a sottolineare che le singole richieste di mutuo possono essere soddisfatte con abbinamenti con polizze<sup>26</sup>.

**75.** Da una *mail* risulta inoltre la raccomandazione rivolta alla forza vendita di pianificare appuntamenti con i clienti "*mirati al cross-selling*" con partecipazione agli stessi dei consulenti protezione<sup>27</sup>.

**76.** Anche le rinegoziazioni, secondo quanto è dato evincere da una *mail*, debbono essere sempre proposte con c.d. *cross selling*. Vi si legge: "*Focus Protezione Q2. Campagna Premiati e Protetti*" "*Ragazze mi serve il dato a fine giornata. Vi prego pertanto: 1) fare a chiunque si siede il check up, 2) Abbinare sempre serenety e no problem ad ogni apertura di c/c. 3) Non proporre rinegoziazioni senza cross selling. 4) rinnovare i fidi con cross selling. Solo in questo modo possiamo risalire dal penultimo posto (ultima slide)*"<sup>28</sup>.

**77.** Si tratta di documenti che, seppure riferiti ad alcune aree territoriali, oltre ad essere in ogni caso riconducibili alla sfera di responsabilità della Banca, testimoniano la piena consapevolezza di BNL in merito alla presenza sul mercato di potenziali consumatori soggetti a concrete indebite pressioni in sede di stipulazione del mutuo da parte di direttori e di consulenti della Banca.

**78.** La sussistenza di pressioni del resto è testimoniata anche dalla sostanziale attenzione dei consulenti a sottolineare, nella corrispondenza interna rivolta ai propri direttori, che le singole richieste di mutuo possono essere soddisfatte con abbinamenti con polizze (oltre che con conti correnti)<sup>29</sup>.

**79.** Sussistono, inoltre, politiche interne di spinta al collocamento dei mutui con le polizze CPI. Come evidenziato, sin dal 2015 la banca risulta aver predisposto sessioni formative specifiche aventi ad oggetto la proposizione di prodotti CPI al fine di promuovere presso gli "*HUB con maggiori criticità*" una buona vendita. Seppure, come sottolineato dalla Banca, le *slides* non suggeriscano esplicitamente di operare un indebito condizionamento sul consumatore, esse contengono, in ogni caso, vari riferimenti a come guidare e stimolare il consumatore nonché sfruttare le varie occasioni di incontro in Banca per procedere al collocamento delle polizze. I testi sono infatti caratterizzati da espressioni del tipo "*Far immaginare al cliente una situazione in cui si senta coinvolto, una situazione in grado di stimolarlo; guidarlo in modo che alla fine tutte le informazioni siano coerenti con la realtà effettiva e con le sue aspettative emotive; Come fare? Parlando con il cliente, sfruttando tutte le occasioni in cui il cliente è in Banca e creando ogni situazione finalizzata a proporre una analisi dei suoi bisogni assicurativi e dei suoi rischi per offrire una consulenza (...)*" o ancora "*Il gestore ha l'opportunità di curare la relazione con il proprio cliente oltre che dal lato finanziario anche dal punto di vista assicurativo impostando correttamente il processo di vendita sui bisogni non solo finanziari della persona*"; "*dopo aver interessato il cliente è importante guidarlo nella scelta*". "*Indirizza il cliente per far emergere il bisogno di tutela: Es. "...Ha mai pensato a cosa accadrebbe se perdesse il suo lavoro ...?"*"<sup>30</sup>.

**80.** Secondo la Banca l'indebito condizionamento dovrebbe essere escluso anche in ragione della presenza di una intera sezione dedicata al processo di buona vendita. In realtà, in questa sezione tra i "*consigli operativi per una buona vendita*", il consulente riceve l'indicazione di raccogliere tutte le firme. Operazione che dalla lettura complessiva del testo sembra debba avvenire contestualmente alla consegna della documentazione limitando, di fatto, il tempo a disposizione del cliente per poter effettivamente leggere e comprendere il relativo contenuto. Quello che emerge è,

<sup>25</sup> [Cfr. doc. n. 136 dell'indice del fascicolo nonché doc. nn. 129 e 130 dell'indice del fascicolo. Ad esempio, in una *mail* riferita alla concessione di un mutuo si legge: "Riusciamo a fare un *cross selling* importante? Oltre(..), proponiamo (...) e POLIZZE DI PROTEZIONE IN PRIMIS... (...) Mi dai riscontro per favore?" ]

<sup>26</sup> [Cfr. doc. n. 134 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>27</sup> [Cfr. doc. n. 140 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>28</sup> [Cfr. doc. n. 109 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>29</sup> [Cfr. doc. n. 134 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>30</sup> [Cfr. doc. n. 86 dell'indice del fascicolo.]

dunque, l'indicazione rivolta ai consulenti di seguire una modalità operativa che facilita l'abbinamento del mutuo con polizze di cui il cliente può non essere consapevole.

**81.** La documentazione in atti dimostra, inoltre, la piena consapevolezza della Banca in merito alla sussistenza di aspetti problematici legati al collocamento delle polizze CPI contestualmente ai mutui.

**82.** Al riguardo, la vendita delle polizze CPI contestualmente al mutuo risulta essere oggetto di specifiche indagini di *customer satisfaction* svolte dal 2015 al 2018. Le indagini del 2015, 2016 e 2017 sono state condotte attraverso interviste svolte su un campione rappresentativo di clienti (600) appartenenti agli HUB con percentuali di abbinamento superiori alla media e su un campione rappresentativo di clienti (200) appartenenti ai restanti HUB.

**83.** Da tali documenti risulta che, tra il 2015 e il 2017, in una percentuale di casi compresa tra il 75% e l'85%, la polizza è stata presentata al primo incontro o durante la raccolta dei documenti per la finalizzazione del mutuo e che, in diversi casi, i consumatori sono stati indotti a sottoscrivere la polizza nella convinzione che in sua assenza la banca non avrebbe concesso il mutuo<sup>31</sup>.

**84.** Inoltre, l'indagine del 2018 volta a verificare la soddisfazione del cliente rispetto ai prodotti mutuo e polizze contiene, tra i motivi di insoddisfazione aspetti legati alle modalità di collocamento delle polizze (tra le risposte alle interviste evidenziate nel documento si legge "obbligo a fare una polizza di 13.000 euro"; "sussistenza di una forzatura sull'assicurazione"; "troppe assicurazioni per rinegoziare"; "insistenza che utilizzano gli agenti nel farti sottoscrivere la polizza assicurativa sul capitale"; "poca chiarezza e imposizioni su assicurazioni e apertura conto"; "tentativo estorsione polizza")<sup>32</sup>.

**85.** Rileva, poi, la presenza di un sistema incentivante per la forza vendita nel collocamento delle polizze CPI che diversamente da quanto eccepito dalla Banca, appare idoneo ad indurre il personale delle Banca ad aumentare il numero di polizze CPI collocate in occasione della vendita dei mutui.

**86.** Difatti, il sistema Performance e Qualità della forza vendita (ruoli di coordinamento e ruoli di filiale), a diversi livelli, individua tra le variabili considerate ai fini delle classifiche di agenzia e dei sistemi di remunerazione il numero delle polizze attivate.

**87.** In particolare, in un documento relativo al premio di qualità 2019, viene indicata come variabile nella definizione del premio per il Direttore di filiale, il Direttore operativo di filiale e il Responsabile operativo di gruppo, la "Survey sulla CPI dove presente"<sup>33</sup>. Analoga variabile viene considerata, in altro documento, per la definizione del premio da riconoscere al *Personal Advisor* e ai consulenti clientela privata<sup>34</sup>. La valorizzazione del numero di polizze di protezione vendute emerge anche in altro documento interno, nel quale viene conferito un punteggio per le polizze di protezione vendute (particolarmente alto nel caso delle polizze vita) che concorre a formare il punteggio complessivo per la partecipazione dei consulenti più meritevoli a eventi formativi particolarmente ambiti<sup>35</sup>.

**88.** La banca ha anche sottolineato, nelle proprie difese, l'assenza di una pratica commerciale scorretta in conseguenza dell'assenza di serialità testimoniata dal numero esiguo di reclami ricevuti.

**89.** Al riguardo, posto che, diversamente da quanto eccepito da BNL, l'Autorità ha continuato a ricevere reclami nel corso dell'intero procedimento, sul piano sostanziale basti ricordare che l'effetto lesivo provocato dalla pratica commerciale, ossia l'induzione del consumatore a stipulare una polizza che in assenza delle pressioni esercitate dal professionista non avrebbe stipulato, può essere anche meramente potenziale. La disciplina in materia, infatti, prescinde dalla prova del danno, ricomprendendo tra le pratiche commerciali anche i meri illeciti di pericolo<sup>36</sup>.

**90.** Ciò, con la conseguenza che l'effettiva incidenza delle pratiche commerciali scorrette sulle scelte dei consumatori non costituisce un elemento idoneo a elidere o ridurre i profili di scorrettezza. Il carattere della pratica commerciale deve, in sostanza, essere valutato *ex ante*, a prescindere dal dato di fatto concreto, variabile per le più svariate ragioni, soggettive e oggettive, legato all'esito concretamente lesivo prodotto dalla condotta del professionista.

*Indici di abbinamento elevati tra mutui/surroghe e polizze assicurative*

**91.** La sussistenza di un diffuso comportamento volto a collocare, con modalità aggressiva, il servizio principale, ossia la concessione di mutui o surroghe, con altri prodotti assicurativi, siano essi ritenuti obbligatori, come le polizze incendio e scoppio, siano essi facoltativi, come le polizze PPI, risulta inoltre confermata dalle percentuali di abbinamento tra mutui/surroghe e polizze assicurative.

---

<sup>31</sup> [Cfr. doc. n. 82, 84 e 85 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>32</sup> [Cfr. doc. n. 83 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>33</sup> [Cfr. doc. n. 101 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>34</sup> [Cfr. doc. n. 102 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>35</sup> [Cfr. doc. n. 98 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>36</sup> [La giurisprudenza amministrativa ha a più riprese sottolineato che affinché una condotta sia illecita ovvero pregiudizievole per i consumatori nell'ottica del codice del consumo, non deve necessariamente sostanziarsi in una concreta attuazione pregiudizievole, bensì è sufficiente che essa abbia una potenzialità lesiva tale da consentire di ascrivere la condotta nel quadro dell'illecito non già di danno ma di mero pericolo (Cfr. ad es. Consiglio di Stato, Sez. VI. 24 marzo 2011, n. 1813 e TAR Lazio, 14 novembre 2012, n. 9349). ]

**92.** Come emerge dalle risultanze istruttorie, infatti, nel periodo compreso tra gennaio 2017 e marzo 2019, circa il [90-95%] delle surroghe sono state concesse con contestuale sottoscrizione della polizza incendio e scoppio offerta dalla Banca (Generali S.p.A.)<sup>37</sup>.

**93.** La stessa Banca ha confermato il suddetto valore e evidenziato una percentuale analoga anche con riferimento al mutuo (circa del [90-95%])<sup>38</sup>.

**94.** La percentuale elevata dei dati quantitativi sugli abbinamenti tra mutui/ surroghe e polizze incendio e scoppio, costituisce un serio indizio della sussistenza di un diffuso comportamento della banca volto a collocare il servizio principale (mutuo/surroga) con altri servizi.

**95.** Se, infatti, da un lato, il quadro normativo di riferimento, nel rispetto dei presidi informativi di settore, considera del tutto legittimo il collocamento contestuale della polizza incendio e scoppio in occasione del mutuo o della surroga, dati così rilevanti e l'assenza di altre documentate evidenze in senso contrario, dimostrano che la banca non ha posto i consumatori nella condizione di poter scegliere liberamente polizze di terzi condizionandolo ad aderire alle polizze dalla stessa collocate.

**96.** La rilevanza degli elevati valori di abbinamento è particolarmente elevata nel caso delle surroghe, ove la scelta del consumatore, che già possiede una polizza incendio e scoppio, accesa in occasione della stipula del precedente mutuo, di sottoscrivere un nuovo contratto, in assenza di ulteriori evidenze in senso contrario, non si spiega se non con pressioni di particolare aggressività da parte della banca surrogataria.

**97.** Né simili percentuali potrebbero considerarsi una conseguenza della asserita obbligatorietà della polizza incendio e scoppio. Infatti, l'obbligatorietà della polizza incendio e scoppio non implica necessariamente che la stessa debba essere stipulata con la banca erogatrice del mutuo/surroga. Ciò a maggior ragione in un conteso in cui la banca deve consentire al consumatore la possibilità di acquistare il servizio separatamente. Di conseguenza, il Professionista avrebbe dovuto porre una particolare attenzione nel garantire la libertà di scelta dei consumatori in ordine alla possibilità di acquistare la polizza da soggetti terzi in caso di mutuo ovvero di poter trasferire la stessa dal precedente mutuo al nuovo in caso di surroga.

**98.** Anche con riferimento alle polizze CPI sussistono indici di abbinamento rilevanti. Difatti, con riferimento al periodo compreso tra gennaio 2017 e giugno 2019, emergono indici di abbinamento delle polizze PPI collocate da BNL con percentuali comprese tra il 40% e il 50% sul totale dei mutui erogati e il 30% e il 40% sul totale delle surroghe erogate. In entrambi i casi si registra un progressivo aumento degli indici di penetrazione dal 2017 ad oggi<sup>39</sup>.

#### *Interesse economico*

**99.** Occorre rilevare, infine, che la pratica commerciale in esame è stata realizzata in un contesto caratterizzato dalla sussistenza di un concreto interesse economico della Banca al collocamento sul mercato di polizze CPI e incendio e scoppio.

**100.** In proposito basti ricordare che BNL percepisce per la distribuzione delle polizze assicurative contributi fissi e provvigioni del [30-35%] sul premio per l'attività di intermediazione delle polizze CPI e del 35% per le polizze incendio e scoppio.

**101.** Percentuali che, per la sola polizza incendio e scoppio, nel 2017 e nel 2018 si sono tradotti in valori assoluti pari rispettivamente a [90.000-95.000] euro e [15.000-25.000] euro<sup>40</sup>.

#### **Conclusioni**

**102.** In conclusione, se da un lato il quadro normativo di riferimento, nel rispetto dei presidi informativi di settore, consenta il collocamento contestuale di polizze assicurative in occasione della concessione del mutuo o della surroga, dall'altro si osserva che il complesso degli elementi probatori acquisiti, che devono essere valutati unitariamente – in particolare, politiche aggressive nel collocamento abbinato a fronte di numerosi reclami e in presenza di un chiaro interesse economico della Banca, unitamente a tassi di abbinamento rilevanti, monitorati dalla Banca, peraltro consapevole delle criticità connesse, considerata anche l'assenza di documentate evidenze in senso contrario – dimostra che la Banca ha sfruttato la sua posizione di potere, esercitando sui consumatori un'indebita pressione, in modo da limitarne notevolmente la capacità nel prendere una decisione consapevole, e non consentendo loro di poter scegliere liberamente polizze di terzi e non della Banca stessa.

**103.** Sulla base delle considerazioni esposte, si rileva che BNL ha posto in essere una pratica commerciale aggressiva, in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo per avere indebitamente condizionato i consumatori ad acquistare, in abbinamento a mutui conclusi anche tramite surroghe e polizze assicurative di vario genere (incendio e scoppio o a protezione del finanziamento), emesse da compagnie assicurative dello stesso Gruppo societario e collocate dalla stessa Banca.

---

<sup>37</sup> [Cfr. doc. n. 90 dell'indice del fascicolo e doc. n. 178 dell'indice del fascicolo sopra citato.]

<sup>38</sup> [Cfr. doc. n. 177 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>39</sup> [Cfr. doc. n. 177 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>40</sup> [Cfr. comunicazione dell'IVASS di luglio 2019. ]

Pratica sub b)

**104.** Alla luce delle evidenze acquisite, inoltre, BNL risulta aver esercitato, in occasione della stipula del mutuo e/o della surroga un indebito condizionamento nei confronti del consumatore inducendolo ad aprire un conto corrente presso la stessa Banca.

**105.** Rileva, in primo luogo, la richiesta da parte di BNL, per il pagamento di ogni rata, di una somma di 5 euro nel caso in cui il consumatore non regoli la restituzione del mutuo su un conto corrente presso la filiale della banca erogatrice, a fronte della gratuità nel caso di addebito su un conto corrente BNL<sup>41</sup>.

**106.** Difatti, la circostanza che la previsione di una commissione nel caso di incasso rata da conti accessi presso altre Banche rispetto alla gratuità prevista nel caso di rimborso delle rate su un conto della banca, trovi una giustificazione economica, non esclude l'oggettiva idoneità della previsione, in presenza degli altri indici, a condizionare le scelte del consumatore facendogli assumere una decisione che non avrebbe altrimenti assunto.

**107.** Inoltre, come evidenziato dalla stessa Società nei propri scritti difensivi, il "Preventivo Mutuo", nonché il "Prospetto Informativo Europeo Standardizzato" (PIES) che viene sottoposto al cliente in fase pre-contrattuale e che deve essere da questi sottoscritto, nella sezione "Tasso d'interesse e altri costi", indicano che "il cliente ha facoltà di scegliere di pagare le rate in modo diverso dall'addebito diretto su c/c BNL: presso lo sportello BNL o con addebito su c/c corrente di altra Banca (in tali casi alla scadenza di ogni singola rata sarà dovuto un importo di 5 euro)". Il pagamento mediante addebito su c/c è presentato ai consumatori come il modello di riferimento, prospettando in alternativa modalità di pagamento più onerose che comportano, come evidenziato, ulteriori impegni di spesa (5 euro alla scadenza di ogni singola rata nel caso di addebito su c/c di altra banca) o oneri fisici come recarsi allo sportello alla scadenza di ogni singola rata.

**108.** Ulteriori documenti lasciano intendere come l'apertura di un conto corrente con la Banca al momento della sottoscrizione di un mutuo rappresenti una prassi consolidata. Il Direttore di una filiale ha dichiarato che "nessun cliente gli ha mai richiesto di non avere il conto corrente" ed ha sottolineato che, seppure la concessione del mutuo non venga assoggettata all'apertura di un rapporto di conto corrente con la banca, l'assenza di tale apertura "determina una difficoltà oggettiva, nella prosecuzione del rapporto da parte degli "addetti", di conoscere compiutamente l'effettiva movimentazione del cliente nelle future valutazioni/revisioni della posizione fiduciaria". È stato inoltre evidenziato che, in sede di consulenza, i consulenti "prospettano i costi relativi all'apertura del conto presso la Banca BNL intesa come opportunità di relazione e servizio così come, ai fini di trasparenza, l'eventuale costo del RID per il collegamento su altro Istituto (5 euro/rata)"<sup>42</sup>.

**109.** La circostanza che l'apertura di conto corrente con la banca contestualmente alla sottoscrizione del mutuo rappresenti una prassi costante emerge anche dalla corrispondenza interna.. In particolare da una mail indirizzata da un consulente al proprio Direttore si legge: "Buongiorno Direttore, in allegato alla presente nuova richiesta di mutuo da parte di clienti PROSPECT per acquisto prima casa, assistita da copertura assicurativa SERENITY PREMIUM per intero importo e durata ed ovviamente da apertura conti corrente (personale e business) con cross-selling relativo. Attendo tuo riscontro per eventuale prosecuzione iter istruttorio"<sup>43</sup>.

**110.** La sussistenza della pratica commerciale risulta, poi, confermata dalla presenza di indici di abbinamento tra il mutuo e/o la surroga e i conti correnti particolarmente elevati.

**111.** Come emerge dalle risultanze istruttorie, infatti, nel periodo compreso tra gennaio 2017 e giugno 2019, una percentuale compresa tra il 50% (2018) e il 55% (prima metà 2019) dei mutui e il 65% (2017) e il 75% (prima metà 2019) di surroghe, è stata erogata con la contestuale apertura di un conto corrente bancario di BNL.

**112.** Le suddette evidenze considerate nel loro complesso rivelano l'adozione da parte di BNL di comportamenti tesi a condizionare i consumatori alla apertura del conto corrente in abbinamento a mutui e/o surroghe mediante lo sfruttamento da parte della Banca della posizione di potere in cui versa nei loro confronti, in modo da limitarne notevolmente la capacità di prendere una decisione libera in merito all'acquisto del mutuo e /o alla stessa apertura del conto corrente.

**113.** La stessa Banca, del resto, ha dichiarato che l'offerta dell'apertura di un c.c. in occasione della stipula di un contratto di mutuo o di surroga presso l'istituto rappresenta una prassi aziendale. Pratica che, contrariamente a quanto sostenuto nelle proprie difese, è caratterizzata, come dimostrato dalle evidenze agli atti, dall'adozione di comportamenti idonei a generare nel consumatore un indebito condizionamento e a fargli assumere una decisione in merito all'apertura del conto corrente che non avrebbe altrimenti preso.

**114.** In conclusione, sulla base delle considerazioni esposte si rileva che BNL ha posto in essere una pratica commerciale aggressiva in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo nella misura in cui, in occasione della stipula del mutuo e/o della surroga, risulta aver esercitato un indebito condizionamento nei confronti del consumatore inducendolo ad aprire un conto corrente presso la stessa Banca.

---

<sup>41</sup> [Cfr. doc. n. 5 dell'indice del fascicolo. ]

<sup>42</sup> [Cfr. dichiarazioni allegato al verbale ispettivo doc. n. 104 dell'indice del fascicolo.]

<sup>43</sup> [Cfr. doc. n. 132 dell'indice del fascicolo.]

## VII. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE

**115.** Con riferimento alle condotte realizzate dalla società BNL, si rileva che, 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 5.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

**116.** In caso di procedimento che abbia ad oggetto una pluralità di illeciti amministrativi accertati, la giurisprudenza ha avuto modo di chiarire che in presenza di una molteplicità di condotte dotate di autonomia strutturale e funzionale, ascritte alla responsabilità dei professionisti, si applica il criterio del cumulo materiale delle sanzioni, in luogo del cumulo giuridico (cfr. tra le altre, Consiglio di Stato, Sezione VI, sentenza n. 209 del 19 gennaio 2012).

**117.** 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.

**118.** Con riguardo alla gravità della violazione *sub a)*, si tiene conto nella fattispecie in esame, della dimensione economica del professionista, che ha realizzato un fatturato pari a circa 2,5 miliardi di euro, e del fatto che esso fa parte di un Gruppo di notevole importanza, il Gruppo BNL. La gravità della pratica è peraltro ravvisabile nell'entità del pregiudizio economico dei consumatori beneficiari dei mutui e nella loro debolezza, derivante da uno stato di bisogno che li ha indotti a richiedere alla finanziaria liquidità per un ammontare elevato, con un impegno di restituzione della durata di molti anni. Nello specifico, il pregiudizio subito dai consumatori è stato stimato prudenzialmente in un valore complessivo di circa 106,5 milioni annui di euro, a fronte di ricavi per BNL pari a circa 33 milioni di euro<sup>44</sup>.

**119.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la suddetta pratica sia stata posta in essere da BNL a decorrere quanto meno da 2015<sup>45</sup> e sia attualmente in corso.

**120.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione base applicabile a BNL nella misura di € 3.500.000 (tremilionicinquecentomila euro).

**121.** In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, la circostanza aggravante relativa della recidiva, in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di 4.000.000 € (quattromilioni di euro).

**122.** Con riguardo alla gravità della violazione *sub b)*, si tiene conto nella fattispecie in esame della dimensione economica del professionista, che ha realizzato un fatturato pari a circa 2,5 miliardi di euro, e del fatto che esso fa parte di un Gruppo di notevole importanza, il Gruppo BNL. La gravità della pratica è peraltro ravvisabile nella natura aggressiva della stessa, nonché nell'entità del pregiudizio economico dei consumatori beneficiari dei mutui, e nella loro debolezza, derivante da uno stato di bisogno che li ha indotti a richiedere alla finanziaria liquidità per un ammontare elevato con un impegno di restituzione della durata di molti anni. Nello specifico, il pregiudizio subito dai consumatori è stato stimato prudenzialmente in un valore complessivo di circa 4 milioni di euro annui<sup>46</sup>.

**123.** Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la suddetta pratica sia stata posta in essere da BNL a decorrere quanto meno dal mese di giugno 2019<sup>47</sup> e sia attualmente in corso.

**124.** Sulla base di tali elementi, si ritiene di determinare l'importo della sanzione base applicabile a BNL nella misura di € 1.550.000 (unmilione cinquecentocinquanta mila euro).

---

<sup>44</sup> [Ai fini delle stime sono stati considerati i seguenti dati:

- i ricavi che BNL ha ottenuto nel 2018 in termini di commissioni totali sui premi delle polizze associate a mutui e surroghe e da essa distribuite:

- la percentuale di commissione sul premio di ciascuna polizza a partire dai quali è possibile calcolare con un riproporzionamento i premi totali versati dai consumatori.

Dal risultato così ottenuto è stata sottratta una stima dei premi che i consumatori avrebbero comunque pagato qualora avessero sottoscritto una polizza incendio e scoppio alternativa, trattandosi di una spesa che comunque avrebbero sostenuto in quanto si tratta di un prodotto obbligatorio per la concessione del mutuo. Tale stima deriva da:

- numero dei consumatori interessati dalla pratica di abbinamento del mutuo/surroga con la polizza incendio e scoppio collocata da BNL;

- valore medio di una polizza incendio e scoppio, desunto dal Bollettino statistico Ivass, anno VI, n. 5, maggio 2019, pag. 37, pari a euro 150 circa.]

<sup>45</sup> [Doc. 86.]

<sup>46</sup> [Ai fini delle stime sono stati considerati i seguenti dati:

- il numero dei consumatori interessati nel 2018 dalla pratica di abbinamento del mutuo/surroga con l'apertura di un conto corrente;

- il canone annuo del conto più conveniente che oggi BNL commercializza (conto base, 48 euro annui);

- il numero di anni necessario per rimborsare il mutuo, ipotizzato in 15 anni.

Moltiplicando questi tre valori si ottiene la spesa complessiva che i consumatori interessati dalla pratica sosterebbero a causa di quest'ultima (ipotizzando che la durata di permanenza nel conto coincida con quella di rimborso del mutuo).

Dal risultato così ottenuto è stata sottratta una stima dei costi che i consumatori avrebbero comunque pagato qualora avessero utilizzato un conto corrente alternativo, trattandosi di una spesa che comunque avrebbero sostenuto per estinguere il mutuo. Tale stima è stata effettuata, in un'ottica di favore per il professionista, considerando un conto alternativo a pagamento, con un canone annuo di 30 euro (conto base di Intesa San Paolo S.p.A.), e determinando la spesa teorica da sostenersi sulla base di quest'ultimo nello stesso modo in cui è stata calcolata la spesa relativa al conto BNL.]

<sup>47</sup> [Doc. 5.]

**125.** In considerazione del fatto che sussiste, nel caso di specie, la circostanza aggravante della recidiva, in quanto il professionista risulta essere stato già destinatario di provvedimenti di accertamento di violazioni del Codice del Consumo<sup>48</sup>, si ritiene di determinare l'importo della sanzione nella misura di € 1.650.000 (unmilione seicentocinquantamila euro).

RITENUTO, pertanto, in conformità ai pareri dell'IVASS e di Banca d'Italia, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame *sub a)* attuata dalla società BNL S.p.A., consistente nel condizionare indebitamente i consumatori ad acquistare, in abbinamento a mutui conclusi anche tramite surroghe, polizze assicurative di vario genere (incendio e scoppio o a protezione del finanziamento), collocate dalla stessa Banca, risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal professionista;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere di Banca d'Italia, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub b)* risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, condizionando indebitamente la libertà di scelta del medesimo, attraverso l'induzione a instaurare un rapporto di conto corrente presso BNL S.p.A.;

RITENUTO, inoltre, che si rende necessario disporre la pubblicazione di un estratto del presente provvedimento a cura e spese del professionista, ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo, al fine di informare compiutamente i consumatori della pratica commerciale in oggetto;

#### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub a)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società BNL S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub b)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società BNL S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società BNL S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000.000 € (quattromilioni di euro) per la pratica *sub a)*;

d) di irrogare alla società BNL S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di € 1.650.000 (unmilione seicentocinquantamila euro) per la pratica *sub b)*;

e) che il professionista comunichi all'Autorità, entro il termine di sessanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui ai punti a) e b).

Le sanzioni amministrative irrogate devono essere pagate entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, utilizzando i codici tributo indicati nell'allegato modello F24 con elementi identificativi, di cui al Decreto Legislativo n. 241/1997.

Il pagamento deve essere effettuato 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).

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 della documentazione attestante il versamento effettuato.

#### DISPONE

a) che BNL S.p.A. pubblichi, a sua cura e spese, un estratto della delibera ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo, secondo le seguenti modalità:

---

<sup>48</sup> [PS10792.]

- 1) il testo dell'estratto della delibera è quello riportato in allegato al presente provvedimento;
- 2) l'estratto della delibera dovrà essere pubblicato per un giorno, entro centoventi giorni dall'avvenuta notificazione del presente provvedimento, sulle pagine nazionali dei quotidiani Corriere della Sera, Il Messaggero e Il Sole 24 ORE;
- 3) la pubblicazione dovrà ricalcare, *in toto*, impostazione, struttura e aspetto dell'estratto della delibera allegato; i caratteri del testo dovranno essere doppi rispetto all'ordinario e le modalità di scrittura, di stampa e di diffusione non dovranno essere tali da vanificare gli effetti della pubblicazione; in particolare, nella pagina di pubblicazione dell'estratto della delibera, così come nelle restanti pagine, non dovranno essere riportati messaggi che si pongano in contrasto con il contenuto dell'estratto stesso o che comunque tendano ad attenuarne la portata e il significato;

b) che la pubblicazione dell'estratto della delibera dovrà essere preceduta dalla comunicazione all'Autorità della data in cui la stessa avrà luogo e dovrà essere seguita, entro tre giorni, dall'invio all'Autorità di una copia originale di tale pubblicazione contenente l'estratto pubblicato.

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

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del Consumo, 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'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  
*Filippo Arena*

IL PRESIDENTE  
*Roberto Rustichelli*

---

## **PS11454 - BNL-VENDITA ABBINATA AI MUTUI**

*Allegato al provvedimento n. 28157*

Allegato al provvedimento dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato del 18 febbraio 2020 in materia di pratiche commerciali scorrette ai sensi dell'articolo 27, comma 8, del Codice del Consumo.

[OMISSIS]

VISTA la comunicazione del 12 giugno 2019, con cui è stato avviato nei confronti di BNL S.p.A. il procedimento istruttorio PS11454 - BNL-VENDITA ABBINATA AI MUTUI;

[OMISSIS]

## **II. LE PRATICHE COMMERCIALI**

Il procedimento concerne i comportamenti posti in essere dal professionista nell'ambito della commercializzazione di contratti di mutuo immobiliare (di seguito mutuo) o di mutuo immobiliare con surrogazione (di seguito surroga) e consistenti:

- a) nell'aver indotto i consumatori, intenzionati a stipulare contratti di mutuo e/o di surroga, a sottoscrivere polizze assicurative di vario genere (tra cui, ad esempio, incendio e scoppio, polizze a garanzia del credito e polizze sulla vita) offerte e/o commercializzate dalla Banca ponendo tale sottoscrizione come condizione per la concessione del finanziamento;
- b) nell'aver indotto i consumatori, intenzionati a concludere contratti di mutuo e/o di surroga, ad aprire un conto corrente presso la medesima Banca, ponendo tale apertura come condizione per la concessione del finanziamento.

[OMISSIS]

## VI. VALUTAZIONI CONCLUSIVE

[OMISSIS]

*Pratica sub a)*

[OMISSIS]

### **Conclusioni**

In conclusione, se da un lato il quadro normativo di riferimento, nel rispetto dei presidi informativi di settore, consenta il collocamento contestuale di polizze assicurative in occasione della concessione del mutuo o della surroga, dall'altro si osserva che il complesso degli elementi probatori acquisiti, che devono essere valutati unitariamente – in particolare, politiche aggressive nel collocamento abbinato a fronte di numerosi reclami e in presenza di un chiaro interesse economico della Banca, unitamente a tassi di abbinamento rilevanti, monitorati dalla Banca, peraltro consapevole delle criticità connesse, considerata anche l'assenza di documentate evidenze in senso contrario – dimostra che la Banca ha sfruttato la sua posizione di potere, esercitando sui consumatori un'indebita pressione, in modo da limitarne notevolmente la capacità nel prendere una decisione consapevole, e non consentendo loro di poter scegliere liberamente polizze di terzi e non della Banca stessa.

[OMISSIS]

*Pratica sub b)*

[OMISSIS]

In conclusione, sulla base delle considerazioni esposte si rileva che BNL ha posto in essere una pratica commerciale aggressiva in violazione degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo nella misura in cui, in occasione della stipula del mutuo e/o della surroga, risulta aver esercitato un indebito condizionamento nei confronti del consumatore inducendolo ad aprire un conto corrente presso la stessa Banca.

[OMISSIS]

RITENUTO, pertanto, in conformità ai pareri dell'IVASS e di Banca d'Italia, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale in esame *sub a)* attuata dalla società BNL S.p.A., consistente nel condizionare indebitamente i consumatori ad acquistare, in abbinamento a mutui conclusi anche tramite surroghe, polizze assicurative di vario genere (incendio e scoppio o a protezione del finanziamento), collocate dalla stessa Banca, risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio in relazione ai prodotti offerti dal professionista;

RITENUTO, pertanto, in conformità al parere di Banca d'Italia, sulla base delle considerazioni suesposte, che la pratica commerciale *sub b)* risulta scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, in quanto idonea a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio, condizionando indebitamente la libertà di scelta del medesimo, attraverso l'induzione a instaurare un rapporto di conto corrente presso BNL S.p.A.;

### DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub a)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società BNL S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

b) che la pratica commerciale descritta al punto II, *sub b)*, del presente provvedimento, posta in essere dalla società BNL S.p.A., costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli artt. 24 e 25 del Codice del Consumo, e ne vieta la diffusione o continuazione;

c) di irrogare alla società BNL S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di 4.000.000 € (quattromilioni di euro) per la pratica *sub a)*;

d) di irrogare alla società BNL S.p.A. una sanzione amministrativa pecuniaria di € 1.650.000 (unmilione seicentocinquanta euro) per la pratica *sub b)*

[OMISSIS]

