

Sintesi Consultazione della Commissione Europea

Sulla direttiva sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori

La Commissione Europea ha aperto una consultazione pubblica con l'intento di raccogliere pareri delle parti interessate, al fine di migliorare il funzionamento della Direttiva 2002/65/CE sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori. La Direttiva garantisce la protezione dei consumatori, in merito a qualsiasi servizio finanziario acquistato a distanza, prevenendo:

- l'obbligo da parte del fornitore di dare ai consumatori informazioni complete prima di concludere un contratto;
- il diritto del consumatore di recedere dal contratto entro 14 giorni;
- il divieto delle pratiche abusive di commercializzazione volte a obbligare i consumatori a comprare un servizio che non hanno richiesto (fornitura non richiesta);
- norme volte a limitare altre pratiche, quali le chiamate telefoniche ed email non richieste («cold calling» e spam);
- sanzioni adeguate da parte dei paesi dell'UE ai fornitori che non rispettano la presente direttiva;
- ricorso legale appropriato, comprese procedure di composizione extragiudiziale per i consumatori i cui diritti siano stati violati.

Dall'anno di entrata in vigore della Direttiva (2002), i servizi finanziari sono diventati sempre più digitali e sono state adottate diverse norme settoriali che hanno reso necessario rivedere ed aggiornare il funzionamento della direttiva.

Anasf ha risposto alla sezione della consultazione, destinata ai portatori di interessi quali Associazioni, autorità e fornitori di servizi finanziari.

Il primo quesito posto dalla Commissione riguarda la frequenza di applicazione delle informazioni precontrattuali, cioè a tutte quelle informazioni sul fornitore, sul servizio finanziario, sul contratto a distanza e sull'eventuale ricorso che devono essere fornite al cliente prima della conclusione di un contratto.

Anasf ritiene che sia fondamentale che la Direttiva continui a svolgere la sua funzione di tutela base, soprattutto laddove vi siano lacune lasciate da altre regolamentazioni o in considerazione della maggior proliferazione di notizie errate e fuorvianti derivanti dalla digitalizzazione. Anasf ritiene, inoltre, che la Direttiva dovrebbe prevedere l'obbligo di registrazione delle conversazioni telefoniche contenenti la proposta dei prodotti e servizi al cliente, da usare come eventuale fonte di prova. Al contrario, Anasf ritiene che la disposizione che stabilisce che gli Stati, salvo alcune eccezioni, devono assicurare che il consumatore abbia a disposizione almeno 14 giorni per recedere dal contratto senza penali e senza doverne indicare il motivo venga applicato raramente, a causa della sovrapposizione con la normativa settoriale specifica.

Il divieto di fornire servizi finanziari non richiesti quando comportano un pagamento da parte del consumatore e che dispensa il consumatore da qualsiasi obbligo in caso di



Via Gustavo Fara, 35 Milano
Tel. 02 67382939
centrostudiricerche@anasf.it
www.anasf.it

fornitura non richiesta è molto importante. Anasf ritiene che la pratica del tacito rinnovo sia desueta. Le prassi di mercato sono cambiate negli ultimi anni e sono più diffuse le pratiche che prevedono modifiche delle condizioni unilaterali da parte delle banche, con la possibilità del cliente di sciogliere il contratto se non accetta le modifiche imposte. Tale prassi non è certamente etica e dimostra la debolezza del cliente nei confronti del fornitore dei servizi. Anasf ritiene che normativa debba essere adeguata e integrata per tenere conto dei recenti sviluppi del mercato e che una maggiore educazione finanziaria renderebbe i consumatori più consapevoli e rigorosi. La funzione di “rete di sicurezza” della Direttiva permette che si possa applicare ogniqualvolta compaiano sul mercato nuovi prodotti sprovvisti di una regolamentazione specifica o laddove vi siano lacune tra le varie norme (si pensi ad esempio nelle APP di giochi su smartphone e tablet, le pubblicità a rotazione, spesso non regolamentate, su criptoattività o trading on line, tali pubblicità sono costruite per indurre gli utenti a concludere contratti minimali attraverso le modalità tipiche del gioco d’azzardo). Questa funzione garantisce la tutela dei consumatori in qualsiasi circostanza, anche in fasi storiche particolari, come la crisi del 2008 o quella dovuta al Covid.

In conclusione, è vero che l’abrogazione della direttiva comporterebbe una diminuzione degli oneri amministrativi ed eviterebbe la sovrapposizione con la normativa settoriale specifica, ma si verificherebbero lacune normative e minori protezioni nei confronti dell’utente, oltre che un aumento dei costi indiretti per poter effettuare i controlli richiesti da una normativa semplificata.