

**Prot. 119/2018**

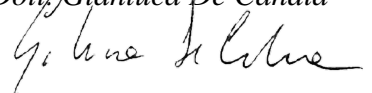
**Spett.le Banca d'Italia** – Servizio  
Regolamentazione e Analisi Macroprudenziale,  
Divisione Regolamentazione I  
trasmesso via e-mail all'indirizzo:  
**servizio.ram.regolamentazione1@bancaditalia.it**

Roma, 9 aprile 2018

**Oggetto: Osservazioni dell'Associazione Italiana Leasing in merito al documento di consultazione per l'attuazione degli Orientamenti dell'Autorità Bancaria Europea in materia di dispositivi di *governance* e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio.**

Con riferimento al documento oggetto di pubblica consultazione in materia di dispositivi di *governance* e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio, che modifica le Disposizioni di trasparenza<sup>1</sup>, la scrivente Associazione, rappresentante le società che esercitano attività di locazione finanziaria, sottopone a codesto spettabile Dipartimento alcune osservazioni formulate con riferimento alle proposte di modifica al fine di dare attuazione agli Orientamenti dell'Autorità Bancaria Europea (di seguito EBA).

A disposizione per qualsiasi eventuale necessità di confronto o approfondimento in merito alle osservazioni esposte nell'unito appunto, porgiamo distinti saluti.

Il Direttore Generale  
Dott. Gianluca De Candia  


---

<sup>1</sup> Sezione XI del Provvedimento del 29 luglio 2009 in materia di “Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti.”

**Oggetto: Osservazioni dell'Associazione Italiana Leasing in merito al documento di consultazione per l'attuazione degli Orientamenti dell'Autorità Bancaria Europea in materia di dispositivi di *governance* e di controllo sui prodotti bancari al dettaglio.**

Dall'analisi del documento in consultazione - che impatterà nel nostro ordinamento attraverso le modifiche che verranno apportate alle Disposizioni di Trasparenza - rileviamo l'apprezzabile e generale intento di voler uniformare le regole di comportamento per tutti gli intermediari al fine di fronteggiare tutte le possibili violazioni delle regole di comportamento che possono comportare danni per i consumatori e minacciare l'integrità del mercato finanziario.

Al tempo stesso non possiamo tralasciare alcuni aspetti di criticità nell'analisi del contesto di riferimento, a partire dall'estensione dell'attuazione degli orientamenti con riferimento al confezionamento e alla commercializzazione dei prodotti non solo destinati ai consumatori ma all'intera clientela al dettaglio.

Per tale ragione riteniamo apprezzabile l'intervento in commento, realizzato al fine di determinare un impianto normativo uniformato al panorama comunitario pur ravvisando la necessità di alcune modifiche e chiarimenti da segnalare alla luce delle peculiarità che connotano il settore della locazione finanziaria.

Riteniamo, quindi, opportuno sottoporre alla Vostra attenzione alcuni punti di criticità contenuti nell'attuale documento in consultazione, rispetto ai quali auspichiamo un intervento modificativo e/o chiarificatore.

## **1. Ambito soggettivo**

Rileviamo la decisione operata dall'Autorità (in linea con l'orientamento n.8) di estendere il perimetro soggettivo di applicazione degli Orientamenti dell'EBA anche a soggetti diversi dai consumatori rivolgendosi, dunque, anche all'intera categoria della "clientela al dettaglio" che, oltre ai consumatori, comprende anche i professionisti, gli enti senza finalità di lucro e le micro imprese.

A tale proposito osserviamo come tale scelta possa pregiudicare l'operatività di intermediari che operano nell'ambito di un gruppo a livello comunitario e che, in presenza di discipline impostate in modo differente nei singoli Stati Membri, subiscono evidenti disallineamenti nella strutturazione dei presidi e dei dispositivi di governo e di controllo dei prodotti che sono destinati all'intero mercato comunitario.

Sul tema, venendo alle specificità che caratterizzano l'operatività della locazione finanziaria si evidenzia che il "prodotto leasing", sebbene possa essere destinato a plurime categorie di clienti, ivi inclusi i consumatori, risulta prevalentemente diretto a professionisti ed imprese, trattandosi di forma tecnica di finanziamento specificamente funzionale all'esercizio di un'attività professionale o di impresa; lo stesso inoltre si configura quale prodotto unico collocabile a diversi utilizzatori con la stessa modalità, non essendo possibile, nella maggior parte dei casi, differenziarlo a seconda che sia rivolto all'impresa o al professionista.

## **2. Ambito oggettivo**

In ragione dell'indicazione fornita nel documento in consultazione in ragione della quale le politiche e procedure in esso previste si applicano ai soli prodotti elaborati e offerti sul mercato a

partire dal 1° gennaio 2019, compresi quelli sostanzialmente modificati, si chiede di fornire – anche a titolo esemplificativo – alcune indicazioni di quali siano le ‘modifiche sostanziali’ al prodotto che impongono all’intermediario di sottostare alle regole di governo e controllo del prodotto recate dalle disposizioni di trasparenza in consultazione.

### **3. Procedure relative alla distribuzione dei prodotti – Collocamento tramite c.d. *dealers***

Nell’ambito dell’attività di promozione dei contratti di leasing finanziario, gli intermediari finanziari *ex art.* 106 del TUB possono avvalersi, oltre che di intermediari di credito quali agenti in attività finanziarie e mediatori creditizi, dei **c.d. *dealer***, a condizione che in questi casi i contratti di leasing siano volti a finanziare l’acquisto o concessione in licenza di beni e servizi prodotti o distribuiti dagli stessi *dealer*. Dunque, l’attività di promozione dei contratti di leasing rappresenta per il *dealer* un’attività ancillare rispetto all’attività principale che resta di vendita dei beni e servizi prodotti.

Si precisa peraltro che il d.lgs. n. 141/2010 all’art. 12, comma 1, lett. *a*) prevede che “*non costituisce esercizio di agenzia in attività finanziaria né di mediazione creditizia: a) la promozione e conclusione, da parte dei fornitori di beni e servizi, di contratti di finanziamento unicamente per l’acquisto di propri beni e servizi sulla base di apposite convenzioni stipulate con le banche e gli intermediari finanziari. In tali contratti non sono ricompresi quelli relativi al rilascio di carte di credito*”.

La possibilità di avvalersi dei c.d. *dealer* per la promozione e collocamento e/o conclusione di contratti relativi alla concessione di finanziamenti è ulteriormente riconosciuta nell’ambito delle Istruzioni di Vigilanza per gli Intermediari Finanziari (Circolare Banca d’Italia n. 288). In tale contesto viene inoltre già espressamente previsto che gli intermediari definiscano il processo di selezione, gestione e controllo della rete distributiva adottando soluzioni organizzative per governare e gestire i relativi rischi.

Tanto premesso, considerando che l’attività dei *dealer* non integra propriamente attività di intermediazione del credito e che la medesima è già oggi oggetto di presidio da parte degli intermediari finanziari, sulla base delle disposizioni ed indicazioni contenute nelle Istruzioni di Vigilanza per gli Intermediari Finanziari si chiede in primo luogo di non considerare il *dealer* come un “distributore” e, pertanto, non soggetto alla disciplina di trasparenza prevista in attuazione degli Orientamenti dell’EBA.

In alternativa, ove si ritenesse che il *dealer* sia assimilabile al “distributore”, si chiede di considerarne espressamente le peculiarità – che lo rendono non assimilabile ad un intermediario del credito – e, pertanto, prevedere una graduazione degli obblighi previsti in capo allo stesso.

Al riguardo tenuto conto delle richiamate disposizioni che già oggi prevedono da parte degli intermediari finanziari l’applicazione di specifici presidi nei confronti dei *dealers* si chiede di condividere l’impostazione per cui, alla luce di quanto anzidetto, questi non siano obbligati a possedere livelli di conoscenza, competenza e capacità adeguati per stabilire se un cliente appartiene o meno a uno specifico mercato di riferimento per offrire correttamente ciascun prodotto, così come ad un’adeguata conoscenza del mercato di riferimento per verificare se un cliente fa parte del target market; analogamente si richiede che non siano obbligati a svolgere l’attività di monitoraggio sul prodotto per valutare se soddisfa nel continuo le esigenze del target market e a dotarsi di procedure di governo e controllo adeguate che l’intermediario finanziario sia poi tenuto a valutare periodicamente.