



IL CONSUMATORE E IL CREDITO

Indagine sul rapporto tra i consumatori e i prodotti di credito al consumo anno 2012

Il credito al consumo in Italia

Il settore del credito ai consumatori è regolato dal Testo Unico Bancario, così come modificato dal dlgs. 141/2010, che recepisce la normativa comunitaria sull'argomento (Direttiva 2008/48/CE). Questo provvedimento introduce nuove e maggiori tutele per il consumatore intervenendo a favore di informazione e trasparenza. Tra le novità più salienti ricordiamo l'obbligo di fornire al cliente ogni informazione che egli reputi necessaria e il modulo standard contenente le "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori" (detto SECCI o EBIC) con tutte le specifiche del prodotto di credito che si intende acquistare. Inoltre, le caratteristiche del prestito (tasso applicato, TAEG, durata, servizi accessori, ecc.) devono essere descritte in maniera chiara, concisa e graficamente evidenziata, anche con l'aiuto di esempi rappresentativi.

Purtroppo, l'introduzione di nuove tutele da sola non basta a garantire più sicurezza per il consumatore, come prova la comunicazione con la quale la Banca d'Italia è dovuta intervenire (*Trasparenza dell'offerta di contratti di credito ai Consumatori – maggio 2012*) richiamando gli operatori al rispetto di quanto previsto dalla normativa. Infatti, a seguito di un'indagine sulla conformità a quanto stabilito a livello comunitario dei siti internet e della documentazione precontrattuale degli intermediari, condotta dalla Commissione europea, sono emerse anomalie in relazione all'operatività di ben 10 intermediari su 15 considerati (in Italia). Le maggiori criticità rilevate hanno riguardato gli annunci pubblicitari, che non riportavano tutte le condizioni applicate al credito proposto, le informazioni precontrattuali, non sempre fornite tramite il modulo contenente le "Informazioni europee di base sul credito ai consumatori", e il TAEG, spesso non comprensivo di tutti i costi del finanziamento.

I dati raccolti da Cittadinanzattiva nel *XII Rapporto PiT Servizi – anno 2012*, riguardo l'ambito dei prodotti di credito al consumo e risultanti dall'analisi delle segnalazioni dei cittadini pervenute nell'anno 2011, forniscono una giusta cornice alla comunicazione della Banca d'Italia sopra citata. Infatti, rispetto al 2010, i contatti registrano un incremento del 7%¹. Tra i problemi ricorrenti più di frequente si rilevano: iscrizioni alle banche dati "cattivi pagatori", difficoltà a causa del sovraindebitamento e poca trasparenza delle condizioni contrattuali. Tutte queste problematiche sono riconducibili, in ultima analisi, alla scarsa/scorretta informazione a disposizione del consumatore (rilevato anche dall'indagine sopracitata).

Si ricorda, in proposito, che **il consumatore dei prodotti di credito ha diritto a ricevere informazioni ben precise e tutti i chiarimenti che ritiene opportuni per maturare una**

¹ In generale, quello dei rapporti con le banche e le finanziarie resta tra i settori più critici per i consumatori. Le segnalazioni raccolte nel 2011 in proposito si ripartiscono tra i vari ambiti considerati in diverse percentuali: mutui 31%, credito al consumo 30%, c/c 23%, titoli 16%.

Per approfondimenti consulta il XII Rapporto PiT Servizi – anno 2012 su www.cittadinanzattiva.it, sezione "consumatori".

scelta consapevole. Di contro, il finanziatore o l'intermediario del credito ha l'obbligo di fornire una serie di specifiche informazioni al consumatore prima della conclusione di un contratto di credito, oltre che di avvisarlo anche sugli effetti specifici che la stipula può avere, incluse le conseguenze di un mancato pagamento².

In questo contesto si colloca l'iniziativa di *rilevazione civica* condotta da Cittadinanzattiva. Lo scopo di questa indagine è quello di studiare da vicino il rapporto tra consumatori e prodotti di credito, enfatizzando in particolare la dimensione della *conoscenza reale* dei contratti che si stipulano e delle loro caratteristiche.

L'indagine 2012

Il contesto

I consumatori che hanno partecipato all'indagine esprimono una percezione poco ottimista dell'attuale contesto economico: ben il **73% degli intervistati ritiene che la propria situazione economica sia meno sicura (46%) e molto meno sicura (27%)** rispetto allo scorso anno.

Il 72% del campione ha cercato di ridurre le spese negli ultimi mesi. In previsione per il prossimo anno, il 67% crede che avrà una minore disponibilità economica e il 23% più o meno la stessa dell'anno in corso. A fronte di ciò, il 62% dichiara che nei prossimi mesi ridurrà le spese, e solo il 28% rimarrà costante.

Il ricorso al credito

Tra coloro che hanno partecipato alla nostra indagine, oltre una persona su due ha fatto ricorso a qualche forma di credito al consumo. Il **57%** degli intervistati, infatti, ha fatto acquisti almeno una volta ricorrendo al credito e circa la metà di questi (27%) dichiara che vi ricorrerà nuovamente nei prossimi 12 mesi. Considerando la restante parte del campione, cioè coloro che non hanno mai fatto ricorso a nessuna forma di credito al consumo, ben **il 30% non esclude** la possibilità di ricorrervi nei prossimi 12 mesi.

Di seguito verranno analizzate le caratteristiche che contraddistinguono il **rapporto tra il consumatore e il credito**, facendo riferimento a quanto rilevato dalle risposte di oltre la metà del nostro campione, cioè di tutti coloro che hanno dichiarato di essere ricorsi al credito al consumo almeno una volta.

Il soggetto preferenziale al quale ci si rivolge per accedere a qualche forma di credito al consumo è la **banca (46%)**. Nel 34% dei casi ci si rivolge ad una società finanziaria e nel 33% direttamente in negozio (prestito finalizzato)³.



Grafico 1: per accedere a una qualsiasi forma di credito si è rivolto a...

² Cfr. Testo Unico Bancario, Titolo VI, Capo II, art. 124 "Obblighi precontrattuali".

³ Il 13% delle persone intervistate si è rivolta a soggetti diversi per l'erogazione dei prestiti.

Un aspetto molto interessante da sottolineare è la modalità mediante la quale il consumatore ha acquisito le informazioni relative al prodotto di credito sottoscritto: purtroppo il 59% degli intervistati, prima della firma, si è affidato completamente a quanto riportato dall'addetto incaricato, senza premurarsi di leggere il contratto (lo ha fatto invece il 41%). Alla luce di ciò, si ritiene utile far notare che, tra tutti coloro che si rivolgono ad una banca per ottenere un prestito, il 51% dichiara di affidarsi solo all'addetto incaricato, senza leggere il contratto. Tra coloro che si rivolgono ad una società finanziaria, questa percentuale sale al 56% e, addirittura, raggiunge il 75% quando ci si rivolge direttamente in negozio per l'acquisto di un bene/servizio (prestito finalizzato). Quest'ultimo dato è da tenere in particolare considerazione per due motivi che evidenziano la maggiore vulnerabilità del consumatore:

- a) il personale è meno qualificato nel fornire le informazioni circa il contratto di credito proposto;
- b) il consumatore è più vulnerabile perché collocato in un negozio e quindi vicino al bene di consumo oggetto del desiderio.

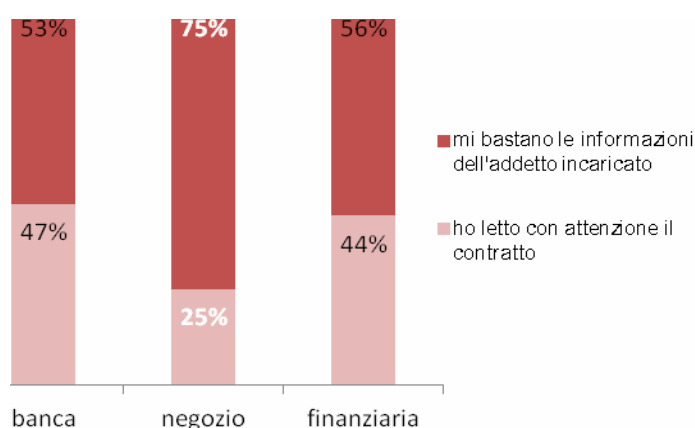


Grafico 2: chi legge il contratto?

La metà di coloro che hanno utilizzato il credito al consumo vi ha fatto ricorso solo una volta. La restante parte invece, anche se con frequenze diverse, chiede prestiti con una certa regolarità: si va da una volta all'anno, 27%, a più volte in un anno, 9% (grafico 3).

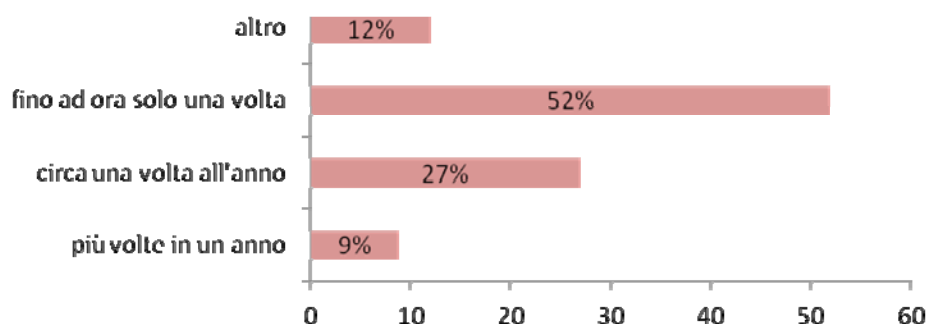


Grafico 3: con quale frequenza ricorre al credito?

Tra coloro che hanno utilizzato qualche forma di credito al consumo, oltre 1/3 (36%) si è trovato nella condizione di dover rimborsare più rate nel corso di un mese, avendo fatto ricorso a più forme di credito contemporaneamente oppure non aspettando di estinguere un precedente finanziamento prima di chiederne un altro.

Circa 1/3 (30%) si è trovato in difficoltà per il rimborso mensile della rata e le soluzioni adottate in proposito sono state nel 62% dei casi l'aiuto di un amico/familiare e nel 26% la riduzione delle spese.

L'**11%** dei "debitori" rischia una situazione di **vulnerabilità finanziaria**, infatti ha dichiarato di dover rimborsare mensilmente rate per un ammontare superiore al 30% del proprio reddito.

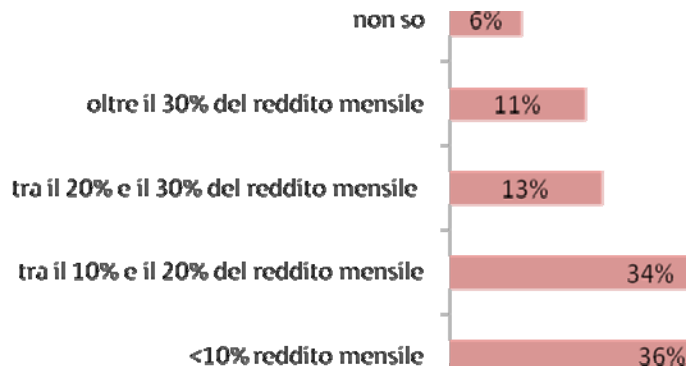


Grafico 4: costo mensile del debito (inclusa rata del mutuo, ove prevista⁴)

Al fine di avere una fotografia il più possibile fedele della **conoscenza di base del prodotto di credito** utilizzato, si è chiesto ai partecipanti di esprimere un giudizio sul livello di informazioni in proprio possesso all'atto della sottoscrizione del contratto. Quello che emerge è un quadro molto variegato: primeggia la conoscenza dell'importo della rata mensile, dell'importo totale del finanziamento e del numero complessivo delle rate da pagare e restano agli ultimi posti tutte le informazioni concernenti i diritti e le tutele come la possibilità di ricorrere all'ABF, cosa fare per inoltrare un reclamo e la procedura di valutazione del merito creditizio che viene effettuata da parte del finanziatore. Inoltre, riteniamo importante porre l'accento sul fatto che il **45%** degli intervistati ha una **conoscenza scarsa o nulla del valore del TAEG** applicato al suo finanziamento, percentuale che scende al 31% se si parla del TAN, pur trattandosi di valori ancora troppo elevati. Si precisa che il 99% di coloro che non conoscono il TAN, ignora anche il TAEG.

⁴ Si precisa che, sul totale dei partecipanti, solo il 18% ha dichiarato di corrispondere la rata per un mutuo immobiliare e, tra coloro che hanno utilizzato/utilizzano il credito al consumo (57% del totale), il 28% ha anche un mutuo.

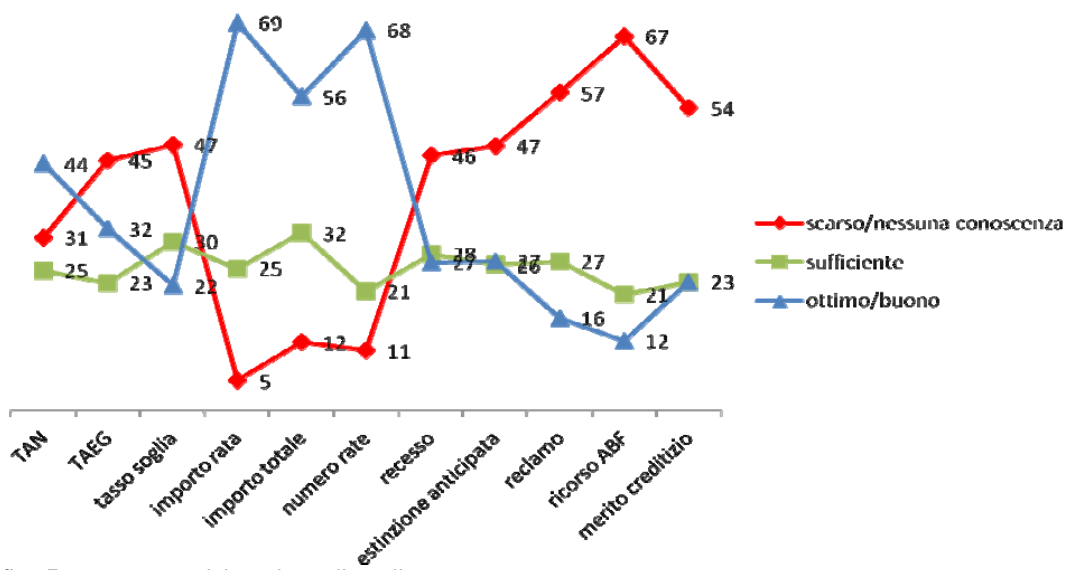


Grafico 5: conoscenza del prodotto di credito

Il ruolo delle AACCC

È stato chiesto alle persone che hanno partecipato alla rilevazione di indicare il ruolo che le Associazioni dei consumatori dovrebbero svolgere riguardo il tema specifico del credito al consumo. Quello di **formare ed educare i consumatori per favorire una scelta consapevole** ha raccolto il **44%** delle preferenze, guadagnando il posto di “ruolo principale” nella percezione dei consumatori. Il 37% delle preferenze riguarda **l’attività di tutela** e il 36% quella di **informazione sui diritti**⁵.

⁵ Circa il 30% degli intervistati ha indicato più di un ruolo che dovrebbe essere svolto dalle Associazioni

Nota metodologica

Il totale delle persone coinvolte nell'indagine ammonta a 344.

Il periodo delle rilevazioni va da febbraio a giugno 2012.

Il territorio interessato è quello nazionale.

Non è stata effettuata un'estrazione statistica del campione, di conseguenza i dati non possono essere considerati rappresentativi.

I questionari (multiple choice) sono stati somministrati ai cittadini partecipanti agli incontri di formazione organizzati da Cittadinanzattiva sul tema del credito al consumo (con la funzione di entry test) e a coloro i quali si sono rivolti ai nostri sportelli dislocati sul territorio per ricevere tutele, assistenza e consulenza su casi specifici.

Di seguito una descrizione della composizione del campione.

Sesso	uomini	donne
% in campione	53%	47%
Ricorso al credito	67%	49%

Età	<20	20-30	30-40	40-50	50-60	Over 60
% in campione	3%	13%	19%	13%	18%	34%
Ricorso al credito	9%	33%	62%	73%	67%	56%

Titolo di studio	licenza elementare	licenza media	diploma	laurea	post-laurea
% in campione	10%	21%	39%	23%	7%
Ricorso al credito	56%	67%	56%	47%	58%

Provenienza	Nord	Centro	Sud	Isole
% in campione	29%	13%	45%	13%
Ricorso al credito	57%	64%	55%	54%

Reddito netto medio mensile	<700	700	1500	2000	3000	oltre 3000	non percepisco reddito
% in campione	11%	19%	38%	16%	3%	4%	9%
Ricorso al credito	42%	54%	64%	77%	66%	54%	21%

Componenti del nucleo familiare	1 persona	2 persone	3 persone	4 persone	5 persone	altro
% in campione	17%	33%	24%	18%	7%	1%
Ricorso al credito	52%	56%	59%	63%	48%	100%

Professione	dipendente	libero prof	cocopro/co	studente	pensionato	disoccupato	altro
% in campione	30%	13%	9%	6%	34%	6%	2%
Ricorso al credito	68%	68%	53%	18%	52%	35%	-