



## **ABF condanna Poste Italiane ma non sanziona. Un'assurdità!**

In data 10.04.2017, l'ADUC funzione sociale, che da oltre 20 anni si è vista protagonista per aver risolto innumerevoli controversie a tutela dei consumatori, ha letto con stupore la decisione dell'ABF Collegio di Palermo n°3827/17, in cui si condannava Poste Italiane per pubblicità scorretta senza applicare alcuna conseguenziale e ragionevole sanzione. Vediamo nel dettaglio.

Considerato che, con provvedimento n.25758 del 28 dicembre 2015, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha condannato Poste italiane ad una multa di ben 540.000,00 Euro per pubblicità ingannevole in relazione alla pubblicizzazione del prodotto Libretto Smart.

In data 28/01/2015, un cliente assistito dall'ADUC, aderiva a un'offerta promossa da Poste Italiane SpA consistente nell'applicazione di un tasso di interesse premiale del 1,50% sulle somme depositate su un libretto di risparmio (poi convertito). Un anno dopo, ed esattamente nel mese di gennaio 2016, "*all'atto delle competenze relative all'anno 2015*", l'interessato si rendeva conto che gli interessi liquidati (44,17 euro) erano di gran lunga inferiori a quanto contrattualmente previsto, ossia di 810,86 euro pari al tasso di interesse del 1,50% sul saldo attivo del libretto.

Risultava quasi scontata che, convocando la medesima controversia nel medesimo Organo giudicante, desse lo stesso risultato. In Sicilia, l'ABF di Palermo forse interpreta appieno l'arbitrarietà dello Statuto Speciale peccato che, nel caso specifico, di speciale si è dovuto constatare l'aver leso un diritto di un cittadino in barba a quanto si assiste in tutti gli Arbitri finanziari nel resto d'Italia.

L'Aduc infatti fece rilevare che la Pubblicità ingannevole aveva indotto il risparmiatore a trattenere la propria somma presso Poste Italiane e non verso altri investimenti con un rendimento medesimo dell'1,50% proprio per la reiterata promessa pubblicitaria che ne avesse garantito un rendimento di almeno 810,86 euro e non di soli euro 40 come nell'epilogo della vicenda cui si è assistito da qui il ricorso presso l'ABF di Palermo.

Il resistente Poste Italiane in maniera imbarazzante nelle memorie difensive omette la Sua palese ingannevolezza pubblicitaria a cagione dell'assistito dell'Associazione Aduc funzione Sociale. Secondo l'intermediario il tasso premiale era previsto per le sole somme aggiuntive rispetto al saldo iniziale presente; gli interessi erano stati calcolati correttamente sia nel primo che nel secondo trimestre; ed infine, le variazioni del prodotto nel secondo semestre del 2015 erano state determinate da variazioni estranee alle volontà di Poste Italiane.

Si arriva all'epilogo scandaloso della vicenda: l'Arbitro Bancario Finanziario (ABF), che dovrebbe tutelare i diritti e gli interessi dei consumatori, in data 17/03/2017, diede un parere incomprensibile e dal doppio risvolto. Secondo l'Arbitro, le condizioni dell'offerta promozionale erano di discutibile chiarezza e di non facile lettura, motivo per cui le pretese avanzate dal ricorrente erano del tutto lecite. Non solo, ABF, per ironia della sorte, raccomanda a Poste Italiane l'uso di una maggiore comprensibilità e trasparenza nella documentazione elaborata.

Le premesse per il lieto fine ci sono tutte, fino a quando arriva anche da parte dell'Istituto incaricato di redimere la controversia la doccia fredda: nonostante la ragionevolezza e la coerenza della richiesta dell'utente, ABF si trova costretto a rigettare il ricorso per un'assurda e irragionevole motivazione.

Leggiamo: *“non potendosi qualificare per inciso, neanche come richiesta di risarcimento danni da responsabilità precontrattuale (...)”*.

Una domanda sorge spontanea: ABF è un reale strumento di tutela dei consumatori? Fornisce, inoltre, una reale assistenza? Come è possibile che una vicenda così chiara e palese abbia avuto, in realtà, un risvolto tragi-comico?

Presidente Nazionale

Dott.ssa Lucia Magnano