

---

## CTCU intercetta pubblicità dubbia di Poste e la segnala all'Antitrust

Mar 23/04/2019 - 10:30

### Poste prende impegni verso AGCM e consumatori

Ancora ad agosto dello scorso anno, il CTCU aveva segnalato all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, per presunta ingannevolezza, una pubblicità di Poste Italiane riguardante libretti postali e buoni postali fruttiferi. La campagna pubblicitaria, denominata "Buoni e libretti – Buono a sapersi" era stata avviata da Poste a luglio del 2018, per promuovere appunto la sottoscrizione di buoni fruttiferi e libretti a risparmio postali. La presunta ingannevolezza riguardava, in particolare, alcune affermazioni contenute nei messaggi pubblicitari diffusi da Poste: "Prendete buoni e libretti, c'è chi pensa siano adatti solo ai piccoli risparmi, invece sono ottimi per ogni investimento..." oppure "Il tuo capitale (...) cresce nel tempo" oppure ancora "Il rendimento a scadenza è garantito".

Il CTCU aveva contestato all'AGCM in particolare l'ultima affermazione della pubblicità, ritenendola non corrispondente al vero. Se si tiene conto, infatti, degli oneri fiscali cui possono andare soggetti libretti e buoni (in particolare l'imposta di bollo), in molti casi, un rendimento a scadenza avrebbe potuto anche essere "non garantito". In taluni casi si potrebbe avere addirittura un'erosione del capitale investito.

Un esempio: lasciando su un libretto postale ordinario 6000 euro per 5 anni, ad un tasso netto dello 0,0074% (0,01% meno la ritenuta fiscale del 26%) ed il bollo di 34,20 euro all'anno (applicato se la giacenza media supera i 5000 euro), dopo 5 anni si otterranno 5831,20 euro, senza alcuna rendimento, anzi con un perdita in linea capitale di 168 euro.

Anche nel caso dei buoni postali, il rendimento potrebbe venire annullato dagli oneri fiscali (l'imposta di bollo applicata ai buoni è dello 0,20% annuo per giacenze superiori ai 5000 euro). Inoltre in caso di rimborso anticipato dei buoni potrebbe non essere prevista la corresponsione di alcun interesse (è bene leggersi sempre le condizioni di sottoscrizione del buono).

Dopo l'avvio dell'accertamento da parte dell'AGCM, Poste ha di recente presentato alla stessa Autorità una proposta di impegni verso i clienti che hanno sottoscritto libretti di risparmio e/o buoni postali tra il

6 luglio 2018 e l'8 ottobre 2018. Tale proposta prevede, in buona sostanza, l'impegno di Poste a:

- (nel caso dei libretti) “rendere neutra l'applicazione dell'imposta di bollo annua pari a 34,20, nella misura pro-rata temporis dovuta” e di “riconoscere ai predetti clienti una somma compensativa tale da neutralizzare l'effetto della ritenuta fiscale sugli interessi maturati fino all'estinzione qualora il cliente eserciti la facoltà di estinguere il libretto entro il 30 giugno 2019 (...);
- (nel caso dei buoni) “confermare di rendere neutra l'applicazione dell'imposta di bollo annua (pari a 0,20% del valore nominale al 31.12.2018 dei buoni sottoscritti, qualora il valore del rimborso complessivo superi 5000 euro) per tutti i clienti che abbiano sottoscritto Buoni” nel periodo detto “e abbiano chiesto il rimborso entro il 30 giugno 2019, ossia anticipatamente rispetto alla scadenza naturale, e per i quali il valore netto rimborsato risulti inferiore al valore nominale sottoscritto per effetto dell'applicazione dell'imposta di bollo. In tal caso, ai clienti sarà restituito l'importo pari alla porzione dell'imposta applicata che abbia determinato un valore netto di rimborso inferiore al capitale investito”.

Poste si è impegnata anche ad informare con apposita lettera i clienti interessati.

Entro 60 giorni dalla notifica del provvedimento, Poste dovrà informare l'AGCM dell'avvenuta attuazione degli impegni. AGCM ha deciso, per ora, di non comminare sanzioni a carico di Poste.

Il commento di Walther Andreaus, direttore del CTCU: “Il provvedimento dell'AGCM conferma l'importanza del nostro ruolo di monitoraggio rispetto alla moltitudine di informazioni commerciali, a volte non così trasparenti e chiare, che quotidianamente vengono propagandate dagli intermediari bancari e finanziari, per pubblicizzare i propri prodotti presso il pubblico. È sempre bene fare attenzione non solo alla pubblicità, ma anche alla descrizione delle condizioni dei prodotti offerti, prima di sottoscrivere qualsiasi prodotto finanziario.”