

I mediatori creditizi chiedono più regole

Maurizio Del Vecchio - Presidente Fimec

In merito all'inchiesta sul credito al consumo pubblicata lunedì 3 marzo sul Sole 24 Ore, desidero sottolineare che la carenza di norme per l'accesso alle professioni di mediatore creditizio e agente in attività finanziaria danneggia tutti coloro che nel settore svolgono con competenza e passione il proprio lavoro.

Da mesi la federazione da me presieduta (Fimec, Federazione italiana mediatori creditizi) sta contattando gli organi legislativi e istituzionali per invitarli a sfoltire l'esercito dei 150mila operatori, innanzitutto attraverso l'istituzione di un esame di accesso per chi vuole diventare mediatore o agente. Inoltre occorrerebbe inserire per i mediatori creditizi, come già avviene per gli agenti in attività finanziaria, l'incompatibilità con le categorie di dipendenti pubblici, dipendenti privati, commercianti, agenti immobiliari e cancellare dall'albo tutti coloro che non hanno mai svolto l'attività pur essendo iscritti, i quali rappresentano almeno il 60% del totale.

Questa proposta è già stata presentata - e apprezzata - all'Ufficio vigilanza di Banca d'Italia e al ministero dell'Economia e delle finanze.

Aspettiamo quindi di istituire un tavolo di lavoro con gli enti e le associazioni interessate per arrivare a una normativa che, da una parte, garantisca di più i consumatori e, dall'altra, dia modo ai professionisti del credito (mediatori e agenti) di poter lavorare tranquillamente con chiarezza e trasparenza a prescindere dalle loro potenzialità economiche, come è già stato ipotizzato nel Ddl 3015, che imponeva un capitale sociale minimo di 120mila euro, in quanto la selezione deve basarsi su moralità e su capacità professionali.

La federazione chiede da tempo anche maggiore chiarezza sugli aspetti economici (provvigioni, rimborsi spese eccetera) e l'istituzione di un organismo che, con la supervisione della Banca d'Italia, si faccia carico di oneri e costi della gestione dell'albo e dell'elenco.

Tutte queste proposte, pur aderendo perfettamente alla volontà del legislatore, sono a oggi rimaste inascoltate con il risultato che l'intero settore naviga ancora nel caos.

L'inchiesta del Sole 24 Ore ha dato giustamente risalto al fatto che la pubblicità di prodotti finanziari è troppo spesso ingannevole. Questo aspetto, in realtà, non riguarda i piccoli mediatori, che non hanno i mezzi per poter sostenere campagne pubblicitarie sulla stampa, ma le grandi società che da tempo stanno tentando di monopolizzare il mercato. Chiunque si collegasse al sito dell'Antitrust (www.agcm.it) si accorgerebbe che alcune di queste società hanno ricevuto diversi provvedimenti sospensivi per pubblicità ritenute ingannevoli.

Anche in questo caso, qualche regola in più da parte del legislatore alleggerirebbe il lavoro del Garante.