

Eugenio Totaro, Annarita Miglietta

I fogli informativi delle banche italiane Tra comprensibilità e chiarezza, tra linguistica e diritto¹

Abstract

This study is in the area of forensic linguistics that aims to make legal documents understandable, readable and complete. The starting point of this analysis is the well-known but still unresolved problem of complexity and lack of clarity of bank information sheets offered to consumers, as such stemming from the use of overly rigid and convoluted language. The effectiveness of correct information, without sacrificing legal meaning, is designed to safeguard the essence and content of the document. Achieving correct and timely information could result from a fair trade-off between comprehensibility and legal-textual accuracy, which would ensure that the customer makes informed decisions free from misunderstanding, thus contributing to a more balanced relationship between banking institutions and the weaker party. Through a qualitative-quantitative analysis, carried out using the Gulpease index, the linguistic characteristics of some pre-contractual brochures related to bank current accounts were studied, with the aim of checking their clarity and comprehensibility by potential customers.

Keywords: Information Sheets, Clarity, Comprehensibility, Readability Index.

Abstract

Il presente studio s’inserisce nella branca della linguistica forense che si prefigge l’obiettivo di rendere i documenti legali comprensibili, leggibili e completi. Punto di partenza della presente analisi è il noto, ma ancora irrisolto, problema relativo alla complessità ed alla scarsa chiarezza, dovuta dall’uso di un linguaggio eccessivamente rigido ed involuto, dei fogli informativi dei conti correnti bancari offerti ai consumatori. L’efficacia di una corretta informazione, senza la rinuncia al significato giuridico, è a salvaguardia dell’essenza e dei contenuti del documento. Il raggiungimento di un’informazione corretta e puntuale potrebbe derivare da un giusto compromesso tra intelligibilità e precisione giuridico-testuale, che garantirebbe al cliente decisioni informate e consapevoli, prive di fraintendimenti, contribuendo, pertanto, ad una relazione più equilibrata tra istituti bancari e controparte debole. Attraverso un’analisi quali-quantitativa, utilizzando l’indice Gulpease, sono state studiate le caratteristiche linguistiche di alcuni fogli illustrativi precontrattuali relativi ai conti bancari, con lo scopo di verificarne la chiarezza e la comprensibilità da parte dei potenziali clienti.

Keywords: Fogli Informativi, Chiarezza, Comprensibilità, Indice di leggibilità.

¹ Questo lavoro è frutto di una collaborazione fra i due autori e riproduce, con l’aggiunta di riferimenti bibliografici, la relazione tenuta in occasione del 4th Focus conference on forensic linguistics il 19 settembre 2023 presso la Jagiellonian University di Cracovia (Polonia). L’attribuzione delle singole parti è la seguente:

- Eugenio Totaro: paragrafi 1, 2 e 6;

- Annarita Miglietta: paragrafi 3, 4 e 5.

SOMMARIO: 1. Introduzione: linguistica forense e contratti bancari – 2. Normativa bancaria e consumeristica: la trasparenza nei fogli informativi – 3. Obiettivo della ricerca – 4. Metodologia: l'indice Gulpease – 5. L'Intelligibilità testuale e l'indice Gulpease: prove d'analisi – 6. Conclusioni.

1. Introduzione: linguistica forense e contratti bancari

Il presente studio s'inserisce nella branca della linguistica forense che si preoccupa di rendere i documenti legali intellegibili, leggibili e completi². Come osservato da Tiersma, “in terms of style, the language of the law is often archaic, formal, impersonal, and wordy or redundant. And it can be relatively precise, or quite general or vague, depending on the strategic objectives of the drafter”³.

Punto di partenza della nostra analisi è il noto, ma ancora irrisolto, problema relativo alla complessità ed alla scarsa chiarezza dei fogli informativi dei conti correnti offerti ai consumatori che dovrebbero essere, in realtà, comprensibili a tutti i clienti, senza distinzioni di livelli di alfabetizzazione scolastica e finanziaria, e che, invece, spesso, per il linguaggio criptico (definito dai linguisti italiani come *legalese*) in cui sono redatti, ne pregiudicano la decodifica, ledendo così il diritto dei consumatori di informarsi e di essere informati. Come osservava Campbell (2003)⁴, alla base della redazione di contratti oscuri, compresi quelli bancari, sta la convinzione che, purtroppo, l'incomprensibilità sia equiparabile alla solidità giuridica⁵.

2. Normativa bancaria e consumeristica: la trasparenza nei fogli informativi

Per poter comprendere appieno, da un lato, l'*iter* evolutivo che ha riformato ed ammodernato la legislazione in ambito bancario, dalla fase codicistica del diritto comune ai giorni nostri⁶, e, dall'altro, i principi ispiratori del vigente sistema eurocomunitario delle fonti (sia esse di rango primario che di rango secondario), risulta necessaria una breve ma doverosa digressione storico-legislativa. È possibile, così, rilevare una rivoluzione copernicana del sistema bancario italiano che si trasformò da una “foresta pietrificata”, come fu definito nel 1988 dal Ministro del Tesoro Giuliano Amato, popolata da opache *norme uniformi bancarie* (NUB) volte alla sola e mera tutela di interessi pubblici, in un complesso ecosistema (a cavallo tra il 1985 ed il 1993) in cui trovava (e tutt'ora trova) *habitat naturale* il principio primo della trasparenza, sia nei confronti dei clienti che delle autorità di vigilanza, da cui discendono ulteriori principi logici quali quelli di protezione del consumatore, concorrenza, efficienza e stabilità dell'intero sistema⁷. La regola di comportamento secondo trasparenza, figlia dell'esigenza a livello

² Secondo Leonard, Ford, Christensen (2017: 881), “forensic linguistics augments legal analysis by applying rigorous, scientifically accepted principles of language analysis to legal evidence such as e-mails, text messages, contracts, letters, confessions, and recorded speech”.

³ Tiersma (2008: 7 ss.).

⁴ Cfr. Campbell (2003: 25 ss.).

⁵ Cfr. Ballesteros Lintao, Madrunio (2014: 70 ss.).

⁶ Cfr.: Costi (2012: 23 ss.).

⁷ Cfr.: Lupoli (2009: 1251); Capobianco (2015: 36); Barengi (2017, 405 ss.); Barengi (2018: 143 ss.); Urbani (2019: 527); Blandini, Fiengo (2020: 365 ss.); Bontempi (2021: 241 ss.). Così come osservato da Campagna (2015: 1036) “la parola

comunitario e nazionale di tutelare i risparmiatori ed adeguare il set normativo alle nuove tipologie di contratti bancari, grazie all'avvento del Testo Unico Bancario (e le relative disposizioni complementari contenute in fonti normative secondarie di cui si parlerà a breve), al superamento delle insufficienti disposizioni codicistiche contenute agli artt. 1834-1860 del codice civile italiano del 1942⁸, al coordinamento con gli artt. 2, 3 e 41 della Costituzione italiana⁹ e con la normativa in ambito consumeristico, si fa da baluardo nei confronti dei contraenti deboli, di quei fruitori di servizi e di prodotti bancari aggettivati dalla qualità di “consumatore”¹⁰, che si trovano a doversi confrontare, in una situazione di endemica sperequazione informativa, economica e contrattuale, con una controparte estremamente professionale e strutturata¹¹. Diviene così necessaria l'esigenza, già dalla fase precontrattuale (che a noi interessa in questa sede), ma anche in quella contrattuale e di successive comunicazioni periodiche alla clientela, di stabilire inderogabili regole di validità, di forma-contenuto, di comportamento e di trasparenza-pubblicità¹², così da evitare i connaturati rischi della contrattazione di massa predisposta unilateralmente dalla banca verso un'ampia platea di potenziali clienti finali, col precipuo fine di tutelare la clientela, anche nel caso di negoziazione a distanza, attraverso una corretta, completa e puntuale informazione (declinabile in *diritto ad informarsi* e *ad essere informati*) sulle caratteristiche essenziali dei prodotti progettati dalle banche così da garantire il corretto collocamento del prodotto al cliente *target* (sanando, di fatto, l'asimmetria informativa), la comparabilità dei prodotti offerti, così da incentivare la concorrenza sul mercato tra le banche presenti, e il reale consenso

“trasparenza” è entrata nel lessico legislativo in materia contrattuale sul finire degli '80. Accolta come una formula dalla “singolare fortuna”, idonea a illuminare “settori che sembrano connotati dalle impenetrabilità e dal mistero”, ha trovato applicazione, prima che altrove, in materia bancaria. È noto infatti che già la proposta di legge n. 3617 del 1986 contenesse disposizioni per salvaguardare la trasparenza delle operazioni bancarie. Disposizioni sulla trasparenza che hanno ricevuto poi apposita collocazione nel canovaccio dispositivo della legge n. 154 del 1992”.

⁸ Secondo quanto rilevato da Greco (2020: 12), “la disciplina dei contratti bancari del '42, tuttavia, seppur all'avanguardia rispetto agli altri Paesi dell'Europa continentale, si rivelava lacunosa, in quanto: a) non vi erano specifici accorgimenti in merito allo squilibrio negoziale tra le parti del contratto; b) era consentito agli istituti di credito il rinvio agli usi per la determinazione del contenuto di alcune clausole contrattuali (es. tasso di interesse); c) era lasciata piena autonomia contrattuale alle parti”.

⁹ Sul rapporto tra Costituzione, consumatore e contratto, Cfr.: Mezzasoma (2015: 311 ss.); Rizzo (2015: 349 ss.).

¹⁰ Si segnala che il provvedimento della Banca d'Italia del 29 luglio 2009, analizzato nell'attuale formulazione del 2019, “trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti”, opera una graduazione e definizione, al paragrafo 3, dei contraenti per ““cliente”, qualsiasi soggetto, persona fisica o giuridica, che ha in essere un rapporto contrattuale o che intenda entrare in relazione con l'intermediario; “clientela (o clienti) al dettaglio”, i consumatori; le persone fisiche che svolgono attività professionale o artigianale; gli enti senza finalità di lucro; le micro-imprese; “consumatore”, la persona fisica che agisce per scopi estranei all'attività imprenditoriale”. Sulla definizione di Consumatore, Cfr. Mezzasoma (2014: 13 ss.).

¹¹ Cfr.: Capobianco (2011: 1145 ss.); Capobianco (2015: 33); Vella, Bosi (2019: 215); Greco (2020: 13 ss.); Bontempi (2021: 239 ss.).

¹² Secondo quanto rilevato da Tosi (2019: 229) “nel quadro dell'evidente diversità delle regole inerenti i contratti bancari [...] è, tuttavia, dato registrare l'emersione, nella normativa settoriale post-codicistica, dei seguenti tratti comuni caratterizzanti la nuova forma informativa peculiare dei contratti asimmetrici rectius contratti predisposti unilateralmente dal contraente forte. Innanzitutto, il ricorso alla scrittura del contratto con funzione protettiva asimmetrica, ossia a tutela del solo contraente debole, per contratti che, invece, il Codice Civile ammetterebbe anche orali. [...] In secondo luogo, la predeterminazione normativa del contenuto informativo con funzione conformativa al modello contrattuale legale. [...] In terzo luogo, la funzione di trasparenza. [...] In quarto luogo, la funzione di completezza del regolamento contrattuale con conseguente divieto di rinvio a fonti extra testuali. [...] In quinto luogo, la funzione di conoscibilità effettiva del regolamento contrattuale mediante traditio del documento contrattuale predisposto unilateralmente dal contraente forte”.

informato del cliente in merito alle condizioni contrattuali sottoscritte¹³. Di più, il preminente valore informativo/protettivo attribuito alle informazioni precontrattuali è riscontrabile l'attrazione delle stesse nel contratto, in quanto vincolanti per il predisponente e fonte di responsabilità contrattuale¹⁴.

Attualmente, l'organica disciplina generale in materia di "trasparenza delle condizioni contrattuali e dei rapporti con i clienti" è contenuta nel titolo sesto del Testo Unico Bancario applicabile a tutti i prodotti e servizi ricompresi nella disciplina normata dal d.lgs. 385 del 1993. Ai fini della presente ricerca ha una posizione particolarmente rilevante l'articolo 116 del Testo Unico Bancario (in materia di pubblicità relativa ai servizi offerti): dal dato testuale del sopracitato articolo, da cui è riscontrabile un forte nesso tra forma e contenuto, è possibile immediatamente rilevare l'obbligo unilaterale in capo alle banche, ed anche agli intermediari finanziari, di palesare, in maniera chiara e prima della conclusione del contratto, ai clienti, latamente intesi, "i tassi di interesse, i prezzi e le altre condizioni economiche relative alle operazioni e ai servizi offerti". La lettura di tale articolo va, però, coordinata con ulteriori disposizioni, di rango secondario, che possano meglio specificare e rendere pienamente efficaci le tutele garantite al consumatore.

Nella delibera 10688 del 2003 della CICR, all'art. 5, vengono definiti i *fogli informativi*, facenti parte, insieme alle *guide pratiche* ed ai *documenti di sintesi*, dei cc.dd. documenti informativi, come dei prospetti standardizzati "tempestivamente aggiornati" messi a disposizione della clientela, indicanti le informazioni di cui all'art. 116 TUB. Tali informazioni, ai sensi dell'art. 2, devono essere fornite alla clientela "con modalità adeguate alla forma di comunicazione utilizzata, in modo chiaro ed esauriente, avuto anche riguardo alle caratteristiche dei rapporti e dei destinatari".

Particolare attenzione va posta sul provvedimento Banca d'Italia del 29 luglio 2009, analizzato nell'attuale formulazione del 2019 frutto di molteplici modifiche, intitolato "trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti". Già nelle premesse, si sottolinea che la *ratio* della normativa sulla trasparenza e correttezza delle operazioni bancarie (e finanziarie) è rendere noti gli aspetti chiave dei contratti, in una logica di *client's best interest*, rimarcando che i rapporti che legano il cliente all'istituto bancario debbano essere anche basati sui codicistici principi di buona fede e correttezza (ex artt. 1337 1338 e 1375 c.c.), perseguibile solo attraverso una puntuale e precisa applicazione da parte degli istituti che devono considerare la normativa primaria e secondaria come un *unicum* da applicare durante la loro attività: si specifica che le informazioni richieste dalla normativa devono essere comunicate ai clienti in modo preciso, chiaro e completo, adattato, secondo il principio di proporzionalità ed adeguatezza, al mezzo di comunicazione

¹³ Cfr.: Campagna (2015: 1048 ss.); Capobianco (2015: 29 ss.); Barenghi (2017: 418 ss.); Vella, Bosi (2019: 27 ss.). Secondo quanto rilevato da Azzarri (2019: 574) "si è così affacciato, per questa via, "il problema del mercato" e del suo statuto normativo, il quale si giova (anche) di una curvatura del diritto delle obbligazioni e dei contratti che abbandona uno dei dogmi ispiratori della disciplina autoctona - l'essenza volontaristica della formazione dell'accordo, espressa nelle trattative e nel comune esercizio del potere di autoregolamentazione delle parti, per scendere sul più realistico terreno degli scambi di massa. [...] Concetti ed istituti delineati nel codice finiscono così per acquisire, una volta proiettati sul mercato, connotati nuovi, conformi a quel disegno di "deregolamentazione-riregolamentazione" che è seguito alla dismissione dell'organizzazione pubblicitaria dell'economia e che, attraverso l'apposizione di restrizioni all'autonomia privata, persegue la tutela della concorrenza, della correttezza e della trasparenza degli scambi, garantendo in tal modo quelle condizioni che consentono di qualificare il mercato come "istituzione di utilità sociale". Avviene, insomma, una riconcettualizzazione dell'autonomia privata, imposta dalla derivazione comunitaria e dalla finalità delle norme che vi prendono parte, che segna il definitivo tramonto della concezione del diritto civile (dei contratti) come diritto tra eguali".

¹⁴ Cfr.: Caterini (2015: 154 ss.); Barenghi (2018: 165); Tosi (2019: 205); Greco (2020: 46).

e alle peculiarità dei servizi e dei destinatari¹⁵. I documenti informativi devono, quindi, essere “redatti [...] con modalità che garantiscano la correttezza, la completezza e la comprensibilità delle informazioni, così da consentire al cliente di capire le caratteristiche e i costi del servizio, confrontare con facilità i prodotti, adottare decisioni ponderate e consapevoli. A tal fine, gli intermediari prestano attenzione ai seguenti profili: (a) criteri di impaginazione che assicurano elevati livelli di leggibilità; (b) struttura dei documenti idonea a presentare le informazioni in un ordine logico e di priorità che asseconi le necessità informative del cliente e faciliti la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti; (c) semplicità sintattica e chiarezza lessicale calibrate sul livello di alfabetizzazione finanziaria della clientela cui il prodotto è destinato, anche in relazione alle caratteristiche di quest’ultimo. I termini tecnici più importanti e ricorrenti, le sigle e le abbreviazioni sono spiegati, con un linguaggio preciso e semplice, in un glossario o in una legenda; (d) coerenza tra presentazione delle informazioni e canale comunicativo, che tenga conto di criticità e vantaggi dei diversi canali”. Al presente provvedimento fanno da *pendant* diversi allegati di cui due di nostro interesse: l’allegato 1, intitolato “guida alla redazione dei documenti di trasparenza”, riportante criteri di impaginazione e scelte tipografiche, stilistiche e sintattico-lessicali volte ad assicurare elevati livelli di leggibilità e chiarezza basate sulla necessità di informare tutti i clienti senza distinzioni di livelli di alfabetizzazione (anche finanziaria); l’allegato 4-A contenente il “prototipo di foglio informativo del conto corrente offerto a consumatori”.

A questo punto v’è da chiedersi: cos’è la trasparenza dal punto di vista schiettamente giuridico? Non si può sul punto, per dare una risposta coerente con il sistema giuridico vigente, non avere un approccio sinottico che vada ad abbracciare l’intero diritto dei consumatori nelle sue varie sfaccettature, ivi compreso, ovviamente, il diritto bancario. Nell’ottica della protezione dei contraenti deboli nei mercati popolati da controparti professionali, l’asimmetria contrattuale viene ribilanciata facendo largo uso dei *tòpoi* del diritto dei consumatori, positivizzati al comma 2 dell’art. 2 del codice del consumo, tra i quali ricordiamo, ai fini della presente ricerca, le tutele: “c) ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità; c-bis) all’esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà; e) alla correttezza, alla trasparenza ed all’equità nei rapporti contrattuali”.

Prendendo spunto dalla sopracitata lettera c, l’informazione, nella duplice accezione di diritto all’informazione e obbligo di informazione, trova sua primigenia fonte normativa, nella legislazione attualmente vigente, nelle disposizioni codicistiche di cui agli artt. 1337 e 1338 c.c. che, però, risultano poco pregnanti rispetto al particolare rapporto che lega il professionista al consumatore: se le disposizioni codicistiche responsabilizzano le parti nella fase precontrattuale ad una fisiologica informazione, nel diritto dei consumatori l’informazione diventa un *quid pluris*, un requisito fondamentale del contratto stesso¹⁶. “Il diritto dei consumatori [...] nasce innanzitutto come tentativo

¹⁵ Cfr.: Carriere, Bascelli (2009: 622 ss.); Lupoli (2009: 1250); Quadri (2011: 97 ss.); Scoditti (2012: 356 ss.); Capobianco (2015: 21); Ghionni Crivelli Visconti (2018: 181); Greco (2020: 41 ss.).

¹⁶ Cfr.: Campagna (2015: 1060 ss.); Barenghi (2017: 143 ss.). Secondo Azzarri (2019: 575) “Volendo richiamare alcuni esempi di istituti codicistici rivisitati dalle discipline di settore, si pensi, anzitutto, alla diffusa imposizione di dettagliati obblighi informativi a carico del professionista, delle banche e degli intermediari finanziari, [...] volti ad arricchire la fase precontrattuale in modo ben più consistente di quanto facciano le essenziali prescrizioni degli artt. 1337 e 1338 c.c. A ciò si affianca anche il passaggio dal “formalismo degli antichi” a quello dei “moderni”, ove il secondo non rappresenta una rinascita del primo, bensì comporta una nuova configurazione degli oneri di forma, riferiti ormai tanto al contratto, [...] quanto alla documentazione [...] che ne deve precedere la conclusione, [...] in un’ottica di procedimentalizzazione dell’autonomia privata inedita rispetto all’impostazione classica sottesa al nucleo dell’art. 1350 c.c.”.

di restituire alla dinamica del mercato [...] quelle basi di trasparenza informativa che [...] sono indispensabili affinché le scelte del consumatore finale possano contribuire al suo funzionamento ottimale”¹⁷.

L’informazione, però, affinché possa efficacemente rispondere a quei principi ispiratori della disciplina consumeristica deve essere ulteriormente caratterizzata mediante l’uso del termine *trasparenza*: l’informazione in quanto tale deve essere servente rispetto al ribilanciamento delle asimmetrie informative ponendo, da un lato, il cliente nell’effettiva condizione di, non solo, conoscere ma, anche, comprendere termini e condizioni contrattuali così da garantire una corretta formazione del consenso e, dall’altro, facendo assurgere il cliente stesso a controllore del contenuto del contratto¹⁸. Ma ciò non basta. L’informazione trasparente, in realtà, è di per sé stessa fallibile in quanto lascia scoperto il fianco a sue possibili deviazioni che potrebbero ledere anche un ben ravvisato consumatore in quanto un documento, ancorché trasparente, può, comunque risultare non intellegibile: l’eccessiva informazione non potrà che far perdere la rotta al cliente in un *mare magnum* di materiali informativi agitato da costi sempre maggiori sostenuti dalle imprese per la produzione del materiale informativo e riversati sui clienti finali¹⁹. Si deve, quindi, far riferimento ad ulteriori e necessarie caratteristiche su cui poter misurare il grado di trasparenza: la chiarezza e la comprensibilità (da cui discendono i vincoli di forma-contenuto e i pregnanti obblighi di comportamento-informativi) devono permeare, in quanto obblighi per il predisponente, la redazione dei contratti, ex art. 35 c. cons., finanche i documenti informativi²⁰. Anche se le due sopracitate caratteristiche potrebbero apparire, ad una prima lettura, sinonimi, delle endiadi nella trasparenza, in realtà esse esprimono caratteristiche differenti attinenti a due distinte essenze del documento: la chiarezza, che deve impregnare tutto il documento rendendolo limpido e riconoscibile nell’esteriorizzazione del suo contenuto; la comprensibilità, viceversa, saggia, dall’interno, il grado di decifrabilità dell’intero testo nel suo fine ultimo di rendere edotto l’aderente circa i suoi diritti²¹. L’informazione trasparente, chiara e comprensibile è, così, l’unico vero strumento di equilibrio contrattuale che possa tendenzialmente garantire, supportando e non vessando, una scelta sciente e ponderata sul contenuto negoziale²²: “la conoscenza di un concetto complesso rappresenta una fattispecie a formazione progressiva che si articola, rispettivamente: nella consapevolezza dell’esistenza delle condizioni generali di contratto, nell’accessibilità alle stesse senza eccessive difficoltà

¹⁷ Barengi (2017: 147).

¹⁸ Cfr.: Battelli (2014: 2615); Barengi (2017: 149 ss.); Barengi (2018: 163 ss.); Greco (2020: 29).

¹⁹ Cfr.: Campagna (2015: 1049); Greco (2020: 47). Barengi (2018: 171), sottolinea che “la trasparenza informativa di per sé non appare capace di mitigare le asimmetrie del rapporto banca-cliente, e per la verità neppure le asimmetrie specificamente informative. Si è già ricordata la tendenza a rivedere la versione solo ‘informativa’ della trasparenza sulla base del conseguito convincimento che un eccesso di informazioni equivale a nessuna informazione, della relativa incapacità o impossibilità del cliente di recepire e di elaborare le informazioni che gli vengano trasmesse, del carattere spesso puramente virtuale (e in definitiva ‘burocratico’) del processo informativo”.

²⁰ Cfr.: Battelli (2014: 2616); Barengi (2017: 150); Barengi (2018: 163); Capobianco (2022: 310).

²¹ Cfr.: Rizzo (1997: 57 ss.); Quadri (2011: 96); Campagna (2015: 1040 ss.); Capobianco (2022: 310).

²² Secondo Caterini (2015: 148) “il sintagma chiarezza e comprensibilità non è un a priori del regolamento contrattuale dell’attività interpretativa. Esso esprime il nesso eziologico che lega i due termini poiché la chiarezza è diaconale alla comprensibilità, là dove la prima che non genera la seconda nega sé stessa. Ciò pone in risalto immediatamente la funzione polisenso della chiarezza da declinarsi al plurale, poiché vi sono più chiarezze per quanti sono i livelli di comprensibilità soggettivi; inoltre, essa chiarezza va rapportata anche al livello di complessità delle informazioni oggetto di comunicazione. Nella specie dei contratti bancari le clausole oggetto della chiarezza implicano livelli di chiarezza adeguati alla complessità del messaggio e alle conoscenze dell’informato”.

e, infine, nella loro comprensibilità”²³. In questo modo, la trasparenza assurge a *valore-mezzo* col quale il predisponente, con l’uso di un linguaggio semplice, chiaro e comprensibile, garantisce, attraverso la trasmissione di informazioni delle condizioni generali, l’effettiva intellesione delle condizioni, vantaggi, svantaggi e costi al cliente²⁴. Concludendo, così come rilevato da autorevole dottrina, “il significato dell’endiadi “chiarezza e comprensibilità”, in cui la trasparenza si compendia nella formulazione normativa, non si può (e comunque da parte nostra non si vuole) restringere alla semplice “leggibilità” o “conoscibilità” da collocare nella fase della formazione prospettandosi invece una ben più pregnante nozione di trasparenza in cui emerge anche la sua valenza in termini di correttezza e di equilibrio isolandosi così una sua forma di esplicazione anche sul piano contenutistico. [...] In una linea di consequenzialità logica non si può, inoltre, non rilevare che sovente la mancanza di trasparenza nasconde svantaggi sostanziali e che, in ogni caso, essa impedisce di cogliere le chances offerte dalla concorrenza, comportando una deformazione del mercato e provocando conseguentemente, per l’impossibilità di compiere scelte”²⁵.

3. Obiettivo della ricerca

Con la presente ricerca, alla luce di quanto sopra, si analizzeranno, nello specifico, le caratteristiche linguistiche (scelte lessicali e morfosintattiche) di alcuni fogli illustrativi precontrattuali relativi ai conti bancari, con l’obiettivo di verificarne la chiarezza e la comprensibilità da parte dei potenziali clienti. In particolare, si individueranno eventuali criticità e vulnerabilità dei contratti in materia di trasparenza e accessibilità. Nell’analisi di questo studio la scelta non verterà – dunque – esclusivamente sulla terminologia tecnico-specialistica, ma anche sulle strutture morfosintattiche che, spesso trascurate nell’analisi linguistica, si rivelano il principale motivo di inintelligibilità: una sintassi affastellata, talvolta nebulosa, associata ad una morfologia caratterizzata da forme desuete e farraginose possono essere – e spesso sono – causa di ambigua e dubbia decodifica ed interpretazione dei contenuti.

4. Metodologia: l’indice Gulpease

Per i fogli informativi dei conti offerti ai consumatori dalle 4 maggiori banche italiane (pseudonomizzate in Alfa, Beta, Gamma, Delta), verrà calcolato l’indice di leggibilità Gulpease²⁶ e verranno suggeriti interventi correttivi nel rispetto del già citato provvedimento del 2009 (e successive

²³ Greco (2020: 43 ss.).

²⁴ Battelli (2014: 2616) segnala che “un riferimento al “linguaggio semplice e comprensibile” si rinviene anche nel successivo art. 50, 1° comma, c. cons.; il che conferma l’importanza che tale criterio assume al fine di garantire che alla “quantità” di informazioni si accompagni la loro “qualità” e cioè materiale e sostanziale accessibilità al loro significato da parte del consumatore destinatario della comunicazione. L’informazione, in definitiva, dovrà essere fornita con particolari accorgimenti di redazione che dovrebbero assicurarne l’immediata percettibilità da parte del consumatore”.

²⁵ Rizzo (1997: 60 ss.).

²⁶ L’indice, il primo tarato sulla lingua italiana, verifica la comprensibilità dei testi attraverso la formula Gulpease: $\text{Facilità di lettura} = 89 - \frac{LP}{10} + FR \times 3$ dove LP è il numero di lettere in 100 parole e FR è il numero di frasi in 100 parole. I valori restituiti dalla formula sono messi in relazione con la leggibilità correlata al grado di scolarizzazione del lettore. Cfr. pro.corrige.it/ortografia/lindice-gulpease.

modifiche) emesso dalla Banca d'Italia. Verranno presentate alcune possibili riscritture di frammenti dei documenti informativi al fine di proporre testi chiari, di maggiore efficacia comunicativa e comprensibilità, fattori questi imprescindibili per la tutela dei consumatori, fruitori delle informazioni, e per scongiurare fallaci processi decisionali nella scelta dei prodotti bancari e, di conseguenza, controversie in sedi legali. Infatti, al di là di quello che potrebbe essere considerato una mera questione formale, le preferenze per una terminologia specialistica per addetti ai lavori e la predilezione di complesse strutture morfosintattiche nella redazione dei fogli informativi precontrattuali pesano significativamente sull'esattezza e chiarezza dell'informazione e, di rimando, sull'adeguata tutela del consumatore e sulle possibili conseguenze a livello giuridico.

In questa sede, per l'analisi linguistica sarà utilizzato il sistema di intelligenza artificiale con apprendimento supervisionato *Corrige.it*, che oltre all'indice di leggibilità Gulpease esegue conteggi di parole e frasi (valori assoluti e media della lunghezza), e verifica il lessico del testo rispetto al *Vocabolario di Base (VdB)*²⁷. Inoltre, *Corrige.it* offre il Resoconto Leggibilità CT - Comunicazione Tecnica, ossia la verifica di leggibilità di *Corrige.it* dedicata ai comunicatori, redattori e traduttori tecnici professionali, fornendo suggerimenti in base alle istruzioni ITS - Italiano Tecnico Semplificato, in collaborazione con COM&TEC Associazione Italiana per la Comunicazione Tecnica.

5. L'Intelligibilità testuale e l'indice Gulpease: prove d'analisi

Si osservino gli output ottenuti attraverso *Corrige.it*²⁸ per alcuni campioni dei fogli informativi delle quattro banche oggetto di studio: Alfa con leggibilità media pari a 49; Beta con leggibilità media pari a 46; Gamma con leggibilità media pari a 46; Delta con leggibilità media pari a 42.

In generale, alla luce dei valori dell'indice Gulpease, i documenti analizzati si rivelano non accessibili alla stragrande maggioranza dei consumatori/lettori, di solito penalizzati ulteriormente dalla inadeguata alfabetizzazione finanziaria.

Per verificare a quale livello d'analisi il campione di documenti presenta difficoltà, *Corrige.it* segnala all'interno del testo: a) le frasi che necessitano di una riscrittura, b) le frasi con indice di leggibilità inferiore a 40, da migliorare, c) le frasi contenenti più di 25 parole, anche queste da emendare

²⁷ Si ricorda che il Vocabolario di Base comprende circa settemila parole. "La prima versione del vocabolario di base fu pubblicata come appendice in un libro che ha avuto una certa fortuna editoriale. [...] A trenta e più anni di distanza la nuova versione è fondata su un rinnovato, aggiornato e ampliato campionamento di testi e sulla miglior classificazione delle parole risultante dal Gradit [...] e dal dizionario online di Internazionale. [Il vocabolario] raccoglie in un insieme unitario due categorie di vocaboli: 1) i vocaboli di maggior uso nei testi di una lingua in un dato momento storico, di cui danno conto i cosiddetti dizionari di frequenza delle varie lingue; 2) i vocaboli che, anche se in realtà poco usati parlando o scrivendo, sono percepiti e sentiti da chi usa una lingua come aventi una disponibilità pari o perfino superiore ai vocaboli di maggior uso. I vocaboli di maggior uso sono ricavati dall'analisi statistica dei testi o di un campione di testi di una lingua. I vocaboli di maggiore disponibilità sono ricavabili soltanto da un'indagine su parlanti viventi al momento dell'indagine" (internazionale.it/opinione/tullio-de-mauro/2016/12/23/il-nuovo-vocabolario-di-base-della-lingua-italiana)

²⁸ L'indice Gulpease calcola le soglie di leggibilità per ciascun testo, con valori che vanno da 0 a 100. I lettori che hanno un'istruzione elementare leggono facilmente e in maniera indipendente i testi che presentano un indice compreso tra 80 e 100; i lettori che hanno un'istruzione media leggono facilmente i testi che presentano un valore compreso tra 80 e 60; i lettori che hanno un'istruzione superiore leggono facilmente i testi che presentano un indice compreso tra 60 e 40. Al di sotto di quest'ultima soglia, soprattutto nell'intervallo 0-10, la leggibilità dei testi si rivela difficile e provoca frustrazioni anche nei lettori in possesso di un'istruzione superiore.

- così come tra l'altro suggerito dalla Banca d'Italia: "scrivere frasi semplici e brevi, con una sola informazione principale, pochi incisi e subordinate"²⁹.

Sottoponendo i fogli informativi precontrattuali delle quattro banche all'analisi di Corrige.it, gli output del programma forniscono valori che si attestano sulla scala della inintelligibilità, cioè da migliorare (0-40). Nello specifico, per Delta e Beta sono registrate frasi comprensibili solo da utenti con grado di scolarità elevato e alcune risultano "di leggibilità troppo bassa"; per Alfa e Gamma, invece, si rilevano frasi leggibili o da utenti con livelli di scolarità medio-alti e frasi poco comprensibili per tutti.

Solo a titolo esemplificativo, sono frasi di facile decodifica per lettori non in possesso di un elevato grado d'istruzione:

- "deve essere inviata al seguente indirizzo". (G.³⁰ 95)
- Sono frasi comprensibili da lettori con livello d'istruzione media:
- "durante il periodo per l'esercizio del recesso il contratto è efficace". (G. 65)
 - "il canone, se previsto, è dovuto in misura proporzionale al periodo in cui il rapporto è stato in vigore". (G. 61)
- Altre frasi sono accessibili solo ad utenti con livello d'istruzione superiore, avendo come indice di leggibilità un valore compreso tra 40 e 60. Solo per fare alcuni esempi:
- "La comunicazione di recesso deve essere spedita entro il termine di 14 giorni lavorativi indicato al punto precedente, mediante lettera raccomandata con avviso di ricevimento al seguente indirizzo". (G. 40)
 - "La Banca, in particolare, ha il diritto di recedere, in qualsiasi momento, da ogni singolo rapporto, così come da tutti i rapporti, dandone comunicazione scritta al Cliente con lettera raccomandata AR, Pec o altro mezzo legalmente equivalente, con preavviso di almeno 2 mesi, qualora al momento del recesso e nei 3 mesi precedenti concorrano tutte le seguenti condizioni". (G. 42)
 - "Il Cliente, nel caso di contratto concluso con tecniche di comunicazione a distanza, potrà recedere, senza penali e senza indicarne il motivo, entro 14 giorni dalla conclusione del Contratto oppure - se successivo - dal giorno in cui il Cliente riceve le condizioni contrattuali insieme alle informazioni richieste ai sensi del Codice del Consumo". (G. 40)
- Altre frasi ancora sono ritenute di leggibilità troppo bassa (indice Gulpease 0-40) ed il programma ne consiglia la riscrittura:
- "Il Cliente e la Banca hanno diritto di recedere in qualsiasi momento, da ogni singolo rapporto, così come da tutti i rapporti, dandone comunicazione scritta, fatto salvo quanto diversamente previsto negli specifici contratti relativi ai singoli rapporti, con lettera

²⁹ Banca d'Italia, Allegato 1 - guida alla redazione dei documenti di trasparenza, consultabile su bancaditalia.it.

³⁰ D'ora in poi con "G." s'indicherà il valore dell'indice Gulpease.

raccomandata con ricevuta di ritorno Pec o altro mezzo legalmente equivalente e con preavviso di almeno 1 giorno”. (G. 38)

- “Resta in ogni caso ferma la possibilità per il Cliente di richiedere, contestualmente alla sottoscrizione del Contratto, mediante apposita comunicazione scritta indirizzata alla Banca, che l’esecuzione dei Servizi di Investimento abbia inizio solo decorso il periodo di 14 giorni previsto per l’esercizio del diritto di recesso”. (G. 38)
- “Nel caso di disposizioni da eseguirsi in via continuativa, la previsione di cui al comma precedente si applica esclusivamente alla disposizione in corso, ferma restando l’estinzione dell’incarico per le disposizioni successive”. (G. 34)

La difficoltà di lettura non si riferisce, tuttavia, soltanto alla presenza di termini non appartenenti al VdB, dei quali alcuni esempi sono elencati in Tab. 1, output di Corrige.it e si riferiscono ad un corpus di 500 parole, estratte dai paragrafi *Recessi e Reclami* dei quattro informativi analizzati:

Alfa	Beta	Gamma	Delta
banking	addebito	concorsuale	bonifico
collegamento	autografa	creditori	congiuntamente
compilazione	cointestatari	depositata	contestualmente
conseguentemente	cointestati	disciplinati	contrattuale
durevole	comma	esaustivo	dandone
indicatogli	consumatore	finanziamento	decorrenti
memorizzato	continuativa	giacenza	decorrenza
oneri	contrattuali	giuridica	decorsi
operatività	convenzione	insolvente	decorso
proporzionale	decorrente	istanza	effettuato
recapiti	disgiunte	liquidazione	efficacia
recesso	documentazione	micro-impresa	investimento
ricezione	emittente	obbligazioni	ivi
sessione	estinguere	patrimoniale	limitatamente
sintesi	formalizzata	pregiudizievole	pattuizioni
specificarne	inerente	procedurale	penalità
supporto	intrattenuto	risarcimento	prestazione
		sostanzialmente	
		adempiere	
		correntista	
		equivalente	
		esemplificativo	
		garanti	
		tempestivamente	

Tab. 1

Anche perché, tra l'altro, in un quadro sinottico, risulta che tra le parole contenute nei singoli fogli informativi, quelle che non appartengono al *VdB* sono in percentuale relativamente bassa, solo poco più di un decimo del totale (Tab. 2):

Banca	VdB %	Non VdB %
Alfa	87,88	12,12
Beta	87,05	12,95
Gamma	84,75	15,25
Delta	86,71	13,29

Tab. 2

Le informazioni “chiare, semplici e salienti”, l'intelligibilità testuale sembrano, infatti, essere compromesse dalla complessità della struttura morfosintattica. È questo un dato evidente per tutti e quattro i testi analizzati. Rendono impervia la speditezza della lettura – compromettendone la *disclosure* – non soltanto le forme ormai desuete di *altresì, ivi, ove, qualora* (quest'ultima prevede l'uso del congiuntivo³¹) – anche se in numero limitato – gli avverbi di modo in *-mente*, di difficile decodifica per la maggior parte dei fruitori (*conseguentemente, congiuntamente, contestualmente, limitatamente, preventivamente, debitamente, trimestralmente, periodicamente, anteriormente*); i gerundi con enclisi pronominale (*dandone comunicazione scritta*), ma anche un'architettura alquanto farraginoso e involuta dei periodi, complicata da una punteggiatura non sempre normata, che frammenta sintagmi meglio comprensibili se mantenuti logicamente contigui.

Ad esempio:

“In caso di recesso, la Banca, se lo ritiene opportuno, potrà sospendere l'esecuzione degli ordini, procedere alla liquidazione anticipata delle operazioni in corso e adottare tutte le ulteriori misure opportune per adempiere alle obbligazioni derivanti da operazioni poste in essere per conto del Cliente, ovvero necessarie per provvedere all'estinzione del rapporto, senza pregiudizio di qualsiasi altro rimedio o del risarcimento degli eventuali danni”. (G. 35)

Contribuiscono all'inefficacia comunicativa oltre a *recesso, liquidazione, adempiere, obbligazioni, estinzione, risarcimento*, non appartenenti al *VdB*, il poco comune *ovvero* in luogo di *oppure*, e, già nella prima riga, il periodare frammentato dalle tre virgole (che avrebbero potuto essere ridotte almeno a due), che fa sì che il soggetto della proposizione principale “la Banca” rimanga isolato. La leggibilità avrebbe potuto essere garantita – senza tra l'altro perdita di informazioni – con una scrittura del tipo: *Se lei recede dal contratto, se lo riterrà opportuno, la Banca potrà sospendere l'esecuzione degli ordini [...]*.

A quanto finora osservato si aggiungano i sintagmi “pesanti” come *procedere alla liquidazione anticipata, provvedere all'estinzione* (meglio, rispettivamente, in osservanza a quanto suggerito nella Guida della Banca d'Italia le parole o le espressioni d'uso comune: *liquidare prima del tempo, estinguere*), o le abusive forme del burocratese *porre in essere (realizzare, effettuare)* e le nominalizzazioni, condensanti il concetto complesso in un'unica parola *senza pregiudizio di qualsiasi altro rimedio o del risarcimento degli*

³¹ È ricorrente in questi testi anche l'uso di locuzioni (nel caso in cui) che prevedono l'uso del congiuntivo. Meglio se si usasse la congiunzione *se* che oltre ad alleggerire prevede l'uso dell'indicativo. Ad esempio: nel caso in cui sorga una controversia>se sorga una controversia.

eventuali danni rese ancora più inaccessibili per il fatto che termini tecnici quali ad esempio *pregiudizio*, *rimedio* sono polisemici e pertanto “will require specific legal rules of interpretation to be understood in a particular legal context”³². Tutto ciò ingenera spesso errori d’interpretazione, di decodifica del testo da parte dei non specialisti poco avvezzi ad una complessità sintattica, caratterizzata da subordinate a catena. È il caso del frammento seguente, nel quale il soggetto grammaticale *l’uso della carta* è isolato dal verbo è *illecito*, che viene relegato alla fine del periodo:

“L’uso della carta che non è stata restituita ai sensi dei paragrafi che precedono ovvero che risulta effettuato in eccesso rispetto al saldo disponibile sul conto corrente o al limite comunicato dalla banca, ferme restando le obbligazioni che ne scaturiscono, è illecito”. (G. 39)

Oppure si pensi anche a:

“L’efficacia del contratto, limitatamente alle pattuizioni che regolano la prestazione dei servizi di investimento ricompresi nel contratto, ivi inclusa quella relativa al rapporto di Deposito Titoli è sospesa durante la decorrenza del predetto termine di 14 giorni previsto per l’esercizio del diritto di recesso, salvo che il Cliente, mediante adesione alla proposta contrattuale della Banca, abbia richiesto l’avvio della prestazione dei suddetti Servizi”. (G. 35)

Oltre alle parole che non sono del VdB (*efficacia, limitatamente, pattuizione, prestazione, investimento, ricompresi, ivi, decorrenza, recesso, contrattuale, prestazione, suddetti*), si evidenziano un uso non ortodosso della punteggiatura che avrebbe previsto nella norma una virgola dopo *Deposito Titoli*, evitando la cesura tra il soggetto *la prestazione dei servizi* ed il verbo è *sospesa* (*la prestazione dei servizi di investimento ricompresi nel contratto, ivi inclusa quella relativa al rapporto di Deposito Titoli, è sospesa durante*), gli aggettivi del burocrate *predetto, suddetti* (*predetto termine, suddetti servizi*) che anche la Banca d’Italia consiglia di evitare, suggerendo di preferire, per riprendere o richiamare elementi precedenti, la ripetizione di una parola. Inoltre, un uso sovra esteso della nominalizzazione (*previsto per l’esercizio del diritto di recesso, mediante adesione alla proposta contrattuale della Banca*) in luogo della quale si dovrebbe preferire, per chiarezza e comprensibilità, la forma verbale.

Nel periodo seguente (con valore dell’Indice Gulpease pari a 38) concorrono a rendere il testo vacuamente complesso alcune scelte, come quelle del frammento di seguito riportato:

“La comunicazione di recesso dal conto corrente da parte del cliente dovrà essere recapitata (per posta o a mano) all’indirizzo fisico dello sportello dove è intrattenuto il rapporto, dotata di sottoscrizione autografa oppure formalizzata presso il medesimo sportello secondo le modalità ivi disponibili”.

Anche in questo caso, oltre alle parole che non sono del VdB (*recesso, recapitata, intrattenuto, sottoscrizione autografa, formalizzata, modalità*), l’arcaico letterario *ivi*³³, ben stabilizzato nei testi giuridici e preferito a forme più comuni come *lì*, probabilmente la scelta è dettata dall’intento di conferire maggiore pomposità o solennità al testo, si segnala – là dove anche nella Guida della Banca d’Italia si suggerisce

³² Richard (2018: 2). Più avanti si leggono osservazioni sulla polisemia in inglese valide anche per l’italiano: “Polysemy, consequently, is unquestionably one of the major characteristics of legal lexis in English. In this context, we need to distinguish between internal polysemy (one unit has several meanings in law) and external polysemy (one unit has at least one legal meaning and one non-legal meaning)”.

³³ Si pensi anche ad *ove*, *laddove*. Cfr., tra gli altri, Fortis (2005: 48 ss.).

l'uso della forma attiva – la forma passiva deagentivizzata che mette in rilievo le azioni, con conseguente spersonalizzazione del testo, in nome del carattere generico e normativo del contratto (*La comunicazione di recesso dal conto corrente da parte del cliente dovrà essere recapitata*), i participi passati (*dotata, formalizzata*). Risulta dissonante, tra l'altro, la parentesi (*per posta o a mano*), in cui si nota una discrasia stilistica: la formalità del documento avrebbe richiesto *per posta o di persona*.

Ancora, in un foglio informativo, nel paragrafo *Recesso dai servizi di pagamento*, per il quale si registra un indice di leggibilità 42, il testo si rivela al limite della comprensibilità anche per un consumatore che abbia un'istruzione superiore. Agli insistenti sintagmi *fermo restando, in/nel caso*, e alla forma tortuosa *con il preavviso di un giorno decorrente dal giorno*, si aggiungano i quattro periodi lunghi, composti da un numero elevato di frasi dipendenti ed incisi che compromettono la chiarezza e l'efficacia dell'informazione, minate ulteriormente da pesanti strutture nominali complesse (*in caso di recesso, nel caso di disposizioni, la previsione di cui al comma*) nonché da un'apprezzabile distanza tra la parola testa e la dipendente:

“Ferma restando la disciplina in tema di recesso dal contratto di conto corrente, Il Cliente ha diritto di recedere dai Servizi di Pagamento, senza penalità e senza spesa alcuna, in qualsiasi momento con il preavviso di un giorno decorrente dal giorno in cui la Banca ne riceve comunicazione. La Banca potrà recedere dai Servizi di Pagamento con un preavviso di due mesi decorrente dal giorno in cui il Cliente riceve la relativa comunicazione. In caso di recesso le Condizioni Contrattuali continuano ad applicarsi alle operazioni in corso alla data di efficacia del recesso stesso. Nel caso di disposizioni da eseguirsi in via continuativa, la previsione di cui al comma precedente si applica esclusivamente alla disposizione in corso, ferma restando l'estinzione dell'incarico per le disposizioni successive”.

Meglio, sarebbe una riscrittura semplificata (G. 50)³⁴:

“Il cliente può smettere di usare i servizi di pagamento in qualsiasi momento senza dover pagare alcuna multa o spesa: deve solo comunicarlo alla banca un giorno prima. Da parte sua, la banca può smettere di fornire i servizi di pagamento con un preavviso al cliente di due mesi. Se il cliente smette di usare i servizi, le vecchie regole continuano a valere per le operazioni che erano già in corso. Per i pagamenti regolari, continuativi, questa regola si applica solo a un pagamento in corso, mentre i pagamenti successivi verranno annullati”.

6. Conclusioni

Alla luce di quanto finora è emerso dall'analisi dei fogli informativi, si può notare come le elevate aspettative sul linguaggio giuridico abbiano portato a un linguaggio eccessivamente rigido ed involuto al punto da mettere a repentaglio la loro intelligibilità³⁵. Nel caso specifico dei fogli informativi, si giunge, così, a ledere ed a trascurare il diritto all'informazione: sul punto, come aveva osservato Lanchester, si può affermare che “the language of money is a powerful tool, and it is also a tool of power. Incomprehension is a form of consent”³⁶.

Per tutelare e garantire il diritto all'informazione latamente inteso, il superamento del *gap* tra il *legalese*, proprio dei fogli informativi dei precontratti bancari (troppo farraginosi e poco accessibili), ed

³⁴ Per ulteriori proposte di riscrittura di testi bancari cfr. anche Miglietta (2012: 119ss.).

³⁵ Cfr. Gibbons (2004: 285 ss.).

³⁶ Lanchester (2014).

il consumatore (che solitamente non vanta una cultura finanziaria adeguata), per quanto alcuni studi giungano alla conclusione che “una più agevole accessibilità al documento contrattuale non necessariamente si concretizza in una significativa leggibilità dello stesso”³⁷, è auspicabile una maggiore attenzione alla redazione, in termini di chiarezza e comprensibilità dei documenti, così come da indicazioni del provvedimento sulla “trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari. Correttezza delle relazioni tra intermediari e clienti” della Banca d’Italia del 2009.

L’efficacia di una corretta informazione, senza tuttavia la rinuncia al significato giuridico³⁸, è a salvaguardia dell’essenza e dei contenuti del documento, spesso letto velocemente e distrattamente³⁹ non soltanto per l’inadeguata alfabetizzazione finanziaria dei consumatori, ma anche per le difettive chiarezza e comprensibilità delle comunicazioni. Il raggiungimento di un’informazione corretta e puntuale potrebbe derivare da un giusto compromesso tra intelligibilità e precisione giuridico-testuale, che garantirebbe, perciò, al cliente decisioni informate e consapevoli, prive di fraintendimenti, contribuendo, pertanto, ad una relazione più equilibrata tra istituti bancari e controparte debole. Tutto ciò in termini di attenzione non soltanto alla veste lessicale dei documenti, troppo spesso arcaizzante, tecnicistica ed ambigua, ma anche per la complessità multidimensionale propria dei testi contrattuali, a quella inaccessibile della morfosintassi, che richiede al lettore un sovraccarico di attenzione nell’intricato universo di informazioni soggette a strategie di *obfuscation*⁴⁰. Scelte di forme grammaticali talvolta desuete e di strutture sintattiche poco amichevoli per i consumatori (soprattutto per quelli con cultura finanziaria non adeguata, ossia per la stragrande maggioranza) – venendo meno ai principi di trasparenza e chiarezza dei contratti – contribuiscono alla limitata comprensione dei prodotti/servizi offerti, degli eventuali rischi/benefici, con conseguenti possibili sottoscrizioni inconsapevoli da parte del cliente che potrebbe essere portato a non scegliere l’opzione ottimale e adatta alle proprie esigenze e a non valutare tutte le implicazioni ed i rischi associati.

Inoltre, sebbene non siano state trattate in questa sede, non vanno trascurate, nel rispetto dell’efficacia della *disclosure* dei contratti, la dimensione macro testuale e la veste grafica-tipografica. A differenza dei prototipi di *documento informativo precontrattuale* allegati al regolamento IVASS 41 del 2018 in materia di *informativa, pubblicità e realizzazione dei prodotti assicurativi*, caratterizzati da un largo uso di colori e simboli facilmente comprensibili e direttamente collegabili, da qualsiasi cliente, ad universali concetti (rischio, protezione, costo, tempo...) per guidare l’attenzione del cliente verso le informazioni in esso contenute, i suggerimenti forniti nel provvedimento della Banca d’Italia prevedono, semplicemente, “criteri di impaginazione che assicurano elevati livelli di leggibilità; struttura dei documenti idonea a presentare le informazioni in un ordine logico e di priorità che assecondi le necessità informative del cliente e faciliti la comprensione e il confronto delle caratteristiche dei prodotti”. Di più, alcuni studi hanno dimostrato le ricadute positive nell’adozione

³⁷ Lecci (2020: 191). Cfr. Marotta Wurgler, Chen (2012: 94 ss.).

³⁸ Cfr. Gibbons (2003).

³⁹ Si pensi, a proposito, quanto osservato in Lecci (2020: 204), a proposito dei soggetti anziani (con deficit mnemonici dovuti all’età), che “sono, tendenzialmente, quelli col maggior cumulo di ricchezza (da intendersi tale il patrimonio mobiliare e/o immobiliare)” e che, tuttavia, hanno velocità di elaborazione lenta con gravi rischi di “vulnerabilità” e “distrazione”.

⁴⁰ I fogli informativi analizzati, sebbene, in osservanza al provvedimento della Banca d’Italia, siano corredati da glossario, spesso difettano per chiarezza nelle definizioni, risolte in mere e superflue tautologie. Alcuni esempi: Invio estratto conto =Invio dell’estratto conto nei casi in cui è obbligatorio per legge o su richiesta del cliente; Rilascio moduli di assegni =Rilascio di un carnet di assegni. Cfr. Marotta Wurgler, Chen (2012: 94 ss.).

dei visual symbols e come questi “comparati con le informazioni meramente testuali, abbiano il vantaggio di “facilitare” la percezione delle informazioni con gli stessi trasmesse. Nei processi di comunicazione, invero, il linguaggio “visivo” può consentire al fruitore dell’informazione di percepire le intenzioni comunicative della controparte”⁴¹.

Per porre rimedio a questioni dibattute da tempo e ancora solo parzialmente risolte, ai fini di garantire informazioni tempestive, complete ed accessibili, oltre che promuovere una sempre maggiore alfabetizzazione finanziaria (a tutela dei consumatori), sarebbe necessario fare chiarezza sui differenti punti di vista relativamente alla cooperazione tra linguisti e giuristi sulla decisione in materia di trasparenza e comprensibilità dei testi, principi imprescindibili per garantire la tutela dei contraenti deboli. Inoltre, risulta adesso necessario, utilizzando profittevolmente le nuove tecnologie, aprire un canale di dialogo anche con i *digital tools*, potenti strumenti in mano tanto ai giuristi quanto ai linguisti, che permettono di verificare, attraverso dati statistico-matematici, l’effettiva portata informativa dei documenti redatti.

Si può, pertanto, affermare che l’intellegibilità di un testo dipende dalle sue caratteristiche intrinseche, e non deriverebbe esclusivamente dalle specifiche competenze del fruitore. Sulla base di questo assunto, si dovrebbero prendere le distanze da quanto affermato da Solan, il quale rifiuta la possibilità di delegare la decisione di accessibilità e trasparenza di un documento contrattuale ai linguisti che, chiamati in causa per questioni legali, non si limitano ad offrire il loro servizio, ma rivelano “phenomenological interest in the legal system as an arena in which their specialized knowledge can be put to practical use”⁴², condividendo, viceversa, quanto osservato da Drury D. Stevenson, ossia che “the study of law and linguistics is more than dissecting words or parsing verbs. It includes important issues of how language is being used and abused in our legal system”⁴³.

Bibliografia

- Azzarri F. 2019, *Ricodificazione del diritto dei contratti: il ruolo della parte generale e l’influenza delle discipline di settore*, in *Contratto e impresa*, Milano: Wolters Kluwer, 2, pp. 571-613.
- Ballesteros Lintao R., Madrunio L.M.R. 2014, *Scaling the Complexity of a Philippine Consumer-Finance Contract Through Reader-Based and Text-Based Measures*, in *Philippine Journal of Linguistics*, Manila: Linguistic Society of the Philippines, 45, pp. 70-86.
- Barengi A. 2017, *Diritto dei consumatori*, Milano: Wolters Kluwer.
- Barengi A. 2018, *Note sulla trasparenza bancaria, venticinque anni dopo*, in *Banca corsa titoli di credito*, Milano: Giuffrè, 2, pp. 143-179.
- Battelli E. 2014, *La nuova disciplina degli obblighi informativi nei contratti con i consumatori*, in *Giurisprudenza italiana*, Milano: Wolters Kluwer, 11, pp. 2608-2619.
- Blandini A., Fiengo C. 2020, *Sulla funzione sociale del conto corrente bancario*, in *Rivista trimestrale di diritto dell’economia*, Roma: Fondazione Gerardo Capriglione Onlus, 3, pp. 365-424.
- Bontempi P. 2021, *Diritto bancario e finanziario*, 7a ed., Milano: Giuffrè
- Campagna M.F. 2015, *Note sulla trasparenza del contratto*, in *Contratto e impresa*, Milano: Wolters Kluwer, 4-5, pp. 1036-1072.

⁴¹ Lecci (2020: 210).

⁴² Solan (1998: 87).

⁴³ Stevenson Drury (2006: 257)

- Campbell N. 2003, *Why do banks write the way they do?*, in *The Clarity Journal*, Clarity international, 49, pp. 25-26.
- Capobianco E. 2011, *Fonti normative e background storico della trasparenza bancaria*, in Capobianco E., Longobucco F., a cura di, *La nuova disciplina sulla trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari*, in *Contratto e impresa*, Milano: Wolters Kluwer, 4-5, pp. 1142-1181.
- Capobianco E. 2022, *Il testo contrattuale*, in Vettori G., a cura di, *Trattato del contratto*, in *Trattato del contratto* diretto da Roppo V., 2a ed., Milano: Giuffrè.
- Capobianco E. 2015, *Profili generali della contrattazione bancaria*, in Capobianco E., a cura di, *I contratti bancari*, Torino: UTET.
- Carriere P., Bascelli M. 2009, *Trasparenza delle operazioni e dei servizi bancari e finanziari: le nuove regole della Banca d'Italia*, in *I contratti*, Milano: Wolters Kluwer, 6, pp. 619-630.
- Caterini E. 2015, *La trasparenza bancaria*, in Capobianco E., a cura di, *I contratti bancari*, UTET, Torino.
- Costi R. 2012, *L'ordinamento bancario*, 5a ed., Bologna: Il Mulino.
- Fortis D. 2005, *Il linguaggio amministrativo*, in *Revista de Llengua i Dret*, Barcellona: Escola d'Administració Pública de Catalunya, 43, pp. 48-116.
- Ghionni Crivelli Visconti P. 2018, *La nullità dei contratti bancari e dei servizi di investimento privi di sottoscrizione dell'intermediario*, in *Rivista di diritto civile*, Milano: Wolters Kluwer,, 7, pp. 165-198.
- Gibbons J. 2003, *Forensic Linguistics: An Introduction to Language in the Justice System*, Hoboken: Wiley-Blackwell Publishing.
- Gibbons, J. 2004, *Language and the law*, in Davies A., Elder C., a cura di, *The Handbook of Applied Linguistics*, Hoboken: Wiley-Blackwell Publishing.
- Greco F. 2020, *L'evoluzione normativa dei contratti bancari: dal Codice civile al Testo unico bancario*, in Greco F., Lecci M., a cura di, *La trasparenza bancaria tra regole di disclosure, product governance, consumer behaviour e digitalizzazione del mercato*, Pisa: Pacini.
- Lanchester J. 2014, *Money Talks – Learning the Language of Finance*, consultabile su newyorker.com.
- Lecci M. 2020, *Le evidenze empiriche degli studi comportamentali: l'informazione funziona?*, in Greco F., Lecci M., a cura di, *La trasparenza bancaria tra regole di disclosure, product governance, consumer behaviour e digitalizzazione del mercato*, Pisa: Pacini.
- Leonard R.A., Ford J.E.R., Christensen T.K. 2017, *Forensic Linguistics: Applying the Science of Linguistics to Issues of the law*, in *Hofstra Law Review*, Hempstead: Hofstra University, 45,3, pp. 881-897.
- Lupoli A. 2009, *Trasparenza e correttezza delle operazioni bancarie e di investimento (note alle nuove istruzioni di Banca d'Italia sulla trasparenza)*, in *Contratto e impresa*, Milano: Wolters Kluwer, 6, pp. 1242-1278.
- Marotta Wurgler F., Chen D.L. 2012, *Does contract disclosure matter?*, in *Journal of Institutional and Theoretical Economics (JITE)/Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, Tuebingen: Mohr Siebeck GmbH & Co. KG, 168, pp. 94-119.
- Mezzasoma L. 2014, *Il consumatore e il professionista*, in Recinto G., Mezzasoma L., Cherti S., a cura di, *Diritti e tutele dei consumatori*, Napoli: ESI.
- Mezzasoma L. 2015, *Consumatore e Costituzione*, in *Rassegna di diritto civile*, Napoli: ESI, 1, pp. 311-327.
- Miglietta A. 2012, *La lingua della banca*, in Miglietta A., a cura di, *Varietà e variazioni: prospettive sull'italiano*, Galatina: Congedo.
- Quadri E. 2011, *Trasparenza nei servizi bancari e tutela del consumatore*, in *Nuova giurisprudenza civile commentata*, Milano: Wolters Kluwer, 2, pp. 90-101.
- Richard I. 2018, *Is legal lexis a characteristic of legal language?*, in *Lexis Journal in English Lexicology*, Lione: Université Jean Moulin, 11, pp. 1-14.
- Rizzo V. 1997, *Trasparenza e "contratti del consumatore" (la novella al codice civile)*, Napoli: ESI.
- Rizzo V. 2015, *Contratto e Costituzione*, in *Rassegna di diritto civile*, Napoli: ESI, 1, pp. 349-362.
- Scoditti E. 2012, *Pubblicità e responsabilità precontrattuale nei contratti bancari*, in *Banca, borsa, titoli di credito*, Milano: Giuffrè, 3, pp. 351-362.

- Solan L.M. 1998, *Linguistic experts as semantic tour guides*, in *Forensic Linguistic*, 5,2, pp. 87-106.
- Stevenson Drury D. 2006, *Book Review: Forensic Linguistics*, in *Colorado Law Review*, Boulder: University of Colorado, 77, pp. 257-284.
- Tiersma P. 2008, *The nature of legal language*, in Gibbons J., Turell M. T., a cura di, *Dimensions of forensic linguistics*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Tosi E. 2019, *Il contratto asimmetrico bancario e di investimento monofirma: la forma informativa e il problema della sottoscrizione unilaterale alla luce della lettura funzionale delle Sezioni Unite della Cassazione*, in *Contratto e impresa*, Milano: Wolters Kluwer, 1, pp. 198-235.
- Urbani A. 2019, *La "trasparenza" nello svolgimento dell'attività*, in Capriglione F., a cura di, *Manuale di diritto bancario e finanziario*, 2a ed., Milano: Wolters Kluwer.
- Vella F., Bosi G. 2019, *Diritto ed economia di banche e mercati finanziari*, Bologna: Il Mulino.

annarita-miglietta@unisalento.it
eugenio.totaro@studenti.unipg.it

Publicato online il 12 novembre 2023