COMMISSIONE DI VIGILANZA SUI FONDI PENSIONE

DELIBERAZIONE 21 marzo 2007
(G.U. 28.3.2007 n. 73)
Istruzioni sugli annunci pubblicitari relativi alle forme pensionistiche complementari

LA COMMISSIONE

Visto l'art. 19, comma 2, del decreto 5 dicembre 2005 n. 252 (di seguito: decreto n. 252/2005) che attribuisce alla COVIP il potere di esercitare, anche mediante l'emanazione di istruzioni di carattere generale, la vigilanza sulle forme pensionistiche complementari;

Visto l'art. 19, comma 2, lett. *g*) del decreto n. 252/2005 che attribuisce alla COVIP il compito di vigilare sulle modalità di pubblicità, con facoltà di sospendere o vietare la raccolta delle adesioni in caso di violazione delle disposizioni stesse;

Visti gli articoli 18 e seguenti del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (di seguito: decreto n. 206/2005) recanti disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa;

Visto l'articolo 23 della legge 28 dicembre 2005 n. 262 (di seguito: decreto n. 262/2005), recante disposizioni sui procedimenti per l'adozione di atti regolamentari e generali di competenza di talune Autorità, tra cui anche la COVIP;

Ritenuto opportuno dettare ulteriori Istruzioni, rispetto a quanto previsto nel sopra citato decreto n. 206/2005, sugli annunci pubblicitari inerenti le forme pensionistiche complementari vigilate dalla COVIP, al fine di garantire il rispetto da parte delle forme medesime dei principi di trasparenza e correttezza e tutelare l'adesione consapevole dei soggetti destinatari;

Tenuto conto delle indicazioni scaturite ad esito della procedura di consultazione degli organismi rappresentativi dei soggetti vigilati, dei prestatori dei servizi finanziari e dei consumatori, posta in essere dalla COVIP a partire dall'8 febbraio 2007 ai sensi del sopra citato articolo 23 del decreto n. 262/2005;

ADOTTA:
le seguenti istruzioni

Istruzioni sugli annunci pubblicitari relativi alle forme pensionistiche complementari

Art. 1
Ambito di applicazione

1. Le seguenti Istruzioni riguardano gli annunci pubblicitari relativi a forme pensionistiche complementari diffusi attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione, anche per via telematica.

2. E' "annuncio pubblicitario", agli effetti delle presenti Istruzioni, ogni messaggio contenente informazioni relative a forme pensionistiche complementari, al fine di promuoverne le adesioni.

Art. 2
Criteri generali per la predisposizione di annunci pubblicitari

1. Gli annunci pubblicitari relativi alle forme pensionistiche complementari devono essere facilmente individuabili come tali. Le informazioni contenute negli annunci devono essere espresse in modo chiaro e corretto**,** non equivoco e coerente con quelle riportate nelle note informative, negli statuti e regolamenti e, per i PIP, anche nelle condizioni generali di contratto**.**

2. Il messaggio pubblicitario trasmesso con l'annuncio non deve essere tale da indurre in errore circa le caratteristiche, la natura e i rischi delle forme pensionistiche complementari.

3. Nell'annuncio occorre specificare che il messaggio riguarda una o più forme pensionistiche complementari e va richiamata la necessità di leggere la nota informativa, lo statuto/regolamento e, per i PIP, anche le condizioni generali di contratto prima dell'adesione. Ogni annuncio deve recare, in modo leggibile, la seguente avvertenza "Messaggio promozionale riguardante forme pensionistiche complementari – prima dell'adesione leggere le note informative e gli statuti/regolamenti" (e, per i PIP, anche le condizioni generali di contratto).

4. L'avvertenza di cui al comma precedente deve essere realizzata con caratteri di stampa tali da consentirne la facile lettura e, nel caso di

utilizzazione di strumenti audiovisivi, deve essere riprodotta in audio e risultare di agevole ascolto.

5. In ogni annuncio pubblicitario deve essere sinteticamente indicato come è possibile ottenere ovvero consultare le note informative, gli statuti/regolamenti e, per i PIP, anche le condizioni generali di contratto, ovvero deve essere almeno riportato il sito *Internet* sul quale sono pubblicate le informazioni relative alle forme pensionistiche complementari indicate.

6. Espressioni quali "garanzia", "garantito" o termini analoghi che inducono a ritenere sussistente il diritto dell'iscritto ad una prestazione certa possono essere utilizzate solo se sussiste effettivamente un siffatto impegno giuridico.

7. Gli annunci pubblicitari devono essere presentati in modo da risultare chiaramente distinti rispetto ai messaggi pubblicitari o informativi relativi all'offerta di servizi o prodotti di altra natura.

Art. 3

Illustrazione dei rendimenti conseguiti e di altri dati

1. L'annuncio pubblicitario che eventualmente riporti i rendimenti conseguiti dalla forma pensionistica complementare deve:
a) specificare l'arco temporale di riferimento per il calcolo del rendimento. L'arco temporale di riferimento, in coerenza con la natura di medio-lungo periodo dello strumento di previdenza complementare, deve essere pari a 5 anni e deve in ogni caso risultare prossimo alla data di diffusione dell'annuncio. In sede di prima applicazione, il predetto arco temporale è individuato in 3 anni per gli annunci diffusi nell'anno 2007 e in 4 anni per quelli diffusi nell'anno 2008;
b) indicare la linea di investimento (comparto/fondo interno/gestione interna separata/OICR), o combinazione predefinita di linee, alla quale il rendimento si riferisce, specificando il relativo profilo di rischio;
c) in caso di rendimenti riferiti a specifiche classi di quote, indicare i relativi destinatari;
d) rappresentare i rendimenti della gestione al netto degli oneri gravanti indirettamente sull'aderente, precisando, in ogni caso, se detta rappresentazione includa o meno gli oneri fiscali;
e) riportare con adeguata evidenza, tale da renderla facilmente leggibile, l'avvertenza "I rendimenti passati non sono necessariamente indicativi di quelli futuri". L'avvertenza deve essere riprodotta anche negli annunci pubblicitari diffusi attraverso strumenti audiovisivi ed essere di agevole lettura o ascolto da parte dei destinatari.

2. Il rendimento indicato deve essere quello medio annuo composto del periodo preso a riferimento. In alternativa, può essere indicato il rendimento riferito a ciascuno degli anni considerati senza annualizzare i rendimenti relativi ad eventuali frazioni di anno.

3. Gli annunci pubblicitari che riportino risultati di statistiche, studi o elaborazioni di dati, o comunque vi facciano riferimento, devono indicarne le fonti.

4. Eventuali rappresentazioni grafiche dei rendimenti devono essere effettuate in modo coerente con le modalità di rappresentazione utilizzate nelle note informative.

Art. 4

Comparazione tra forme pensionistiche complementari

1. L'eventuale comparazione di diverse forme pensionistiche complementari o linee di investimento deve contenere l'indicazione degli elementi di raffronto ed i dati riportati devono essere pubblicamente disponibili.

2. La comparazione inerente i rendimenti è consentita solo tra forme o linee caratterizzate da analoghi profili di rischio-rendimento.

Art. 5

Entrata in vigore e norma transitoria

1. Le presenti Istruzioni sono pubblicate sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana e nel Bollettino della COVIP.

2. Le presenti Istruzioni entrano in vigore il 10° giorno successivo alla loro pubblicazione sulla *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana.

3. Il materiale pubblicitario già prodotto e distribuito deve essere adeguato alle presenti Istruzioni entro 30 giorni dall'entrata in vigore delle stesse.

Il Presidente
(Luigi Scimìa)

Relazione

Il decreto legislativo 5 dicembre 2005, n. 252 (di seguito: decreto n. 252/2005), in attuazione della legge delega 23 agosto 2004, n. 243, ha posto in essere una complessiva riforma della disciplina della previdenza complementare diretta, tra l'altro, a realizzare una sostanziale equiparazione tra le forme pensionistiche complementari e a promuovere un maggior grado di concorrenza tra gli operatori del settore.

In tale contesto, sono stati valorizzati i profili demandati alla scelta del singolo, specie per ciò che attiene all'individuazione della forma pensionistica cui aderire, alla scelta della linea di investimento maggiormente adeguata alle proprie caratteristiche ed esigenze e alle determinazioni in ordine ad eventuali successivi trasferimenti ad altra forma pensionistica complementare.

Il necessario corollario del maggior grado di concorrenza e del conseguente ampliamento delle opportunità di scelta per i destinatari è dato dall'armonizzazione e razionalizzazione del sistema mediante l'allineamento delle varie forme pensionistiche a regole di funzionamento uniformi, in attuazione al principio di cui all'articolo 1, comma 2, lett. *e*), n. 1, della legge delega 243/2004 che, in un'ottica di tutela rafforzata dei destinatari, impone "*la previa omogeneizzazione delle stesse*[forme] *in materia di trasparenza e tutela"*.

Un ruolo essenziale nella fissazione di regole operative comuni alle varie forme è attribuito dal legislatore alla COVIP, tenuto conto del principio fissato dall'articolo 1, comma 2, lett. *h)* della legge delega, di "*perfezionare l'omogeneità del sistema di vigilanza sull'intero settore della previdenza complementare*" nei confronti di tutte le forme pensionistiche previste dall'ordinamento.

In tale ambito, tenuto conto delle prerogative che il decreto 252/2005 assegna alla COVIP, si è reputato opportuno fornire istruzioni in materia di redazione degli annunci pubblicitari, volte a definire regole e modalità operative comuni a tutte le forme pensionistiche vigilate dalla COVIP, per garantire il rispetto dei principi di chiarezza e correttezza dell'informazione, tutelare l'adesione consapevole e promuovere la parità competitiva tra le diverse forme.

Ferma restando l'applicazione alle diverse forme pensionistiche complementari, sia individuali sia collettive, delle disposizioni contenute negli articoli 18 e seguenti del decreto legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (c.d. Codice del Consumo), recanti disposizioni in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, si è dunque rilevata l'opportunità di dettare regole integrative rispetto a tale complesso normativo, in ragione delle peculiarità proprie dei prodotti pensionistici e della rilevata esigenza di prevedere particolari cautele ed avvertenze nei riguardi dei potenziali destinatari dei relativi annunci pubblicitari.

Su tale presupposto, le presenti Istruzioni costituiscono dunque un'integrazione delle norme sopra citate e sono funzionali a meglio definire, con riguardo al settore della previdenza complementare, i principi di correttezza, chiarezza e non ingannevolezza dei messaggi pubblicitari.

Nella redazione delle Istruzioni sono state, altresì, tenute presenti le disposizioni in precedenza in vigore per le diverse forme pensionistiche, ed in particolare le disposizioni recate nel TUF (decreto legislativo n. 58 del 1998) e nel Codice delle assicurazioni private (decreto legislativo n. 209 del 2005) e nelle normative secondarie adottate dalle rispettive Autorità di vigilanza.

L'emanazione delle Istruzioni è stata preceduta da una consultazione degli organismi rappresentativi dei soggetti vigilati, dei prestatori dei servizi finanziari e dei consumatori, al fine della necessaria rappresentazione delle esigenze del settore, tanto sotto il profilo dell'adeguatezza e proporzionalità delle regole quanto sotto il profilo dell'impatto operativo sui soggetti interessati.

Nel complesso, la consultazione ha fatto emergere l'opportunità della sollecita adozione da parte della COVIP di questo provvedimento, anche al fine di eliminare possibili incertezze interpretative circa la disciplina di riferimento. Ciò, anche in considerazione del fatto che è ragionevole attendersi, nella fase di avvio dell'operatività della riforma della previdenza complementare, un più elevato utilizzo dello strumento pubblicitario per promuovere adesioni alle forme pensionistiche complementari.

Per quel che concerne le specifiche disposizioni, l'articolo 1 fornisce la definizione di annuncio pubblicitario al quale si applicano le presenti Istruzioni, intendendo come tale ogni messaggio contenente informazioni relative a forme pensionistiche complementari, al fine di promuoverne le adesioni. E', inoltre, precisato che le regole si applicano agli annunci pubblicitari diffusi attraverso qualsiasi mezzo di comunicazione (stampa, radio, televisione, ecc.), risultando indifferente il veicolo pubblicitario prescelto.

L'articolo 2, definisce i principi di chiarezza, correttezza, non equivocità e coerenza cui attenersi nella redazione dei messaggi, in modo da non indurre in errore i destinatari degli stessi ed evitare fraintendimenti con le informazioni fornite nelle note informative, negli statuti/regolamenti e, per i PIP, anche nelle condizioni generali di contratto.

E', inoltre, precisata, in tale articolo, l'avvertenza *standard* che i messaggi devono recare al fine di richiamare l'attenzione sull'importanza di leggere, prima dell'adesione, i predetti documenti. L'avvertenza è altresì strutturata, prevedendo un richiamo nella stessa al fatto che trattasi di pubblicità inerente forme pensionistiche complementari; questo nell'intento di distinguere le pubblicità inerenti i prodotti previdenziali da quelle inerenti prodotti di altra natura. Sempre, con l'obiettivo di pervenire a detta netta distinzione, l'articolo prescrive che il messaggio risulti chiaramente distinto rispetto ai messaggi pubblicitari o informativi relativi all'offerta di servizi o prodotti di altra natura.

Per completezza informativa nei confronti dei destinatari è fatto, poi, obbligo di specificare nel messaggio promozionale le modalità tramite le quali è possibile avere conoscenza delle note informative, degli statuti e regolamenti e, per i PIP, anche delle condizioni generali di contratto. In alternativa, è richiesto di dare indicazione dell'indirizzo *Internet* sul quale sono pubblicati i predetti documenti.

Infine, precisazioni sono contenute circa l'utilizzo di formule atte a ritenere sussistenti forme di garanzia, aspetto questo di particolare rilievo ai fini del giudizio di non ingannevolezza del messaggio.

Con riferimento alle modalità di illustrazione dei rendimenti conseguiti, l'articolo 3 delle Istruzioni chiarisce i criteri da seguire per la redazione dell'annuncio, con l'obiettivo di promuovere la comparabilità delle informazioni contenute nei messaggi promozionali, evitare informazioni non coerenti con la natura e le finalità dello strumento di previdenza complementare ovvero pregiudizievoli del principio della correttezza informativa.

L'articolo 4 prende in considerazione i messaggi comparativi e ne delimita l'utilizzo, in modo da garantire l'omogeneità del raffronto.

Infine, nell'articolo 5, sono definiti i termini per l'entrata in vigore delle Istruzioni. Al riguardo, è tenuto presente che il provvedimento interviene in un momento in cui risultano già avviate campagne pubblicitarie e, pertanto, prevede un'idonea tempistica per la regolarizzazione del materiale pubblicitario.