

## **ESMA – DOCUMENTO DI CONSULTAZIONE**

### **Linee guida sulle comunicazioni di marketing**

#### **Sintesi della consultazione**

Questa consultazione riguarda l'eventuale modifica delle linee guida da applicare a tutte le comunicazioni di marketing relative ai fondi di investimento. Anasf ritiene sia corretto applicare le stesse regole che vengono previste dal Regolamento Delegato MiFID II per ottenere la massima armonizzazione e trasparenza per i clienti; è inoltre d'accordo sull'approccio totalizzante proposto per la definizione di comunicazione di marketing, sull'attenzione rivolta alle comunicazioni online, sull'introduzione di un breve disclaimer informativo, sull'evidenza da dare sia alla descrizione dei rischi che a quella dei benefici su qualsiasi formato (cartaceo, audio/video, ecc.). Anasf ritiene che possano essere tenute comunicazioni diverse a seconda dei destinatari (clienti al dettaglio o professionali) purchè venga sempre garantita l'adeguata tutela alla clientela e purchè queste comunicazioni, nel caso riportino informazioni contenute nei documenti informativi ufficiali del fondo, non siano erroneamente ritenute al pari di questi ultimi. I costi dell'investimento secondo Anasf sono presentati correttamente, così come corretta è la rappresentazione delle informazioni passate della performance proposta, con indicazione della fonte e del periodo di riferimento; infine, Anasf pensa sia rilevante che la comunicazione di marketing specifichi se il fondo risponde a criteri ESG, ponendo massima attenzione sul rischio connesso alla pratica del 'greenwashing'.