

Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale

Art. 27 – Prodotti e servizi finanziari, bancari, assicurativi, operazioni di investimento e crypto-attività

La comunicazione commerciale diretta a sollecitare o promuovere prodotti e servizi finanziari, bancari, assicurativi, e operazioni di investimento, ivi comprese quelle in beni mobili e immobili, e in crypto-attività, nonché quella avente ad oggetto direttamente e indirettamente l'operatività in altre crypto-attività (*crypto-asset*), deve fornire chiare ed esaurienti informazioni per non indurre in errore circa il soggetto proponente, la natura della proposta, la quantità e le caratteristiche dei beni o servizi offerti, le condizioni dell'operazione, nonché i rischi connessi, per consentire ai destinatari del messaggio, anche se privi di specifica preparazione, di assumere consapevoli scelte di impiego delle loro risorse.

Essa in particolare:

1. deve evitare, nell'indicare i tassi annui di interesse, di utilizzare termini quali "rendita" e "resa" nel senso di sommatoria fra reddito di capitali e incremento del valore patrimoniale;
2. non deve incitare ad assumere impegni e a versare anticipi senza offrire idonee garanzie;
3. non deve proiettare nel futuro i risultati del passato, né comunicare i rendimenti ottenuti calcolandoli su periodi che non siano sufficientemente rappresentativi in relazione alla particolare natura dell'investimento e alle oscillazioni dei risultati;
4. deve consentire ai destinatari del messaggio di individuare facilmente: la natura dell'operazione, chiarendo se la stessa sia finanziaria, gli specifici rischi associati all'operazione e il relativo costo in termini di commissioni e/o tassi di interesse passivi;
5. qualora la proposta non sia soggetta, o lo sia solo in parte, all'applicazione della normativa riguardante prodotti e servizi finanziari, bancari, assicurativi, e operazioni di investimento, ciò deve essere esplicitato avvertendo circa la minore tutela del consumatore e l'eventuale assenza di poteri di supervisione e controllo per le autorità di vigilanza.

Qualunque riferimento effettuato alla sostenibilità ambientale e sociale, deve essere chiaro, accurato e non fuorviante e deve essere coerente senza contraddire o creare ambiguità con le informazioni comunicate nell'informativa precontrattuale, sul sito web, nelle relazioni periodiche e in qualunque altro documento informativo.