



ISVAP

Parere sul regolamento in consultazione relativo alla disciplina degli obblighi di informazione e della pubblicità dei prodotti assicurativi

Milano, 29/9/2009

Premesse

La sostenibilità dello sviluppo dipende dal rapporto tra le dimensioni economica, sociale e ambientale degli effetti prodotti da ogni attività umana. Si tratta di un equilibrio dinamico, la cui definizione è legata ai progressi della conoscenza scientifica e tecnica e alla costruzione del consenso sulle migliori soluzioni da adottare al fine di garantire un accesso alle risorse che risponda a criteri di equità intra-generazionale e infra-generazionale.

Uno dei modi in cui la sostenibilità si applica all'attività finanziaria è la pratica dell'investimento socialmente responsabile. Per investimento socialmente responsabile (SRI) si intende la pratica in base alla quale agli obiettivi tipici della gestione finanziaria, cioè l'ottimizzazione del rapporto tra rischio e rendimento in un dato orizzonte temporale, vengono affiancate considerazioni di natura ambientale, sociale o di governance (ESG - environmental, social, governance).

La grande maggioranza degli studi effettuati da soggetti indipendenti tende a dimostrare che l'investimento responsabile non comporti necessariamente rinunce in termini di rendimento, soprattutto quando non si realizzi applicando pesanti esclusioni settoriali. Occorre tener conto, però, che gli investimenti responsabili sono investimenti "pazienti", non hanno carattere speculativo e quindi guardano a al medio-lungo termine. E' verosimile quindi che riescano a dare dei rendimenti migliori in periodi medio-lunghi.

I prodotti finanziari socialmente responsabili sono prodotti che favoriscono la coesione sociale attraverso il finanziamento di progetti e di imprese che presentano un valore aggiunto per l'uomo, la cultura e/o l'ambiente, ossia che hanno un plusvalore sociale, culturale e/o ambientale. I prodotti di risparmio solidale sono disponibili nelle stesse forme dei prodotti di risparmio tradizionali. In base ai suoi criteri di rischio, di liquidità e di rendimento, il risparmiatore può scegliere di investire il suo denaro in conti di risparmio, conti a termine, in SICAV e in fondi comuni di investimento, assicurazioni-vita o ancora in azioni e quote sociali di organizzazioni solidali. In teoria, qualsiasi prodotto può essere caratterizzato come socialmente responsabile, nella misura in cui i titoli che sono alla base della sua struttura vengano selezionati secondo criteri di natura non esclusivamente economica.

Molteplici sono anche le tipologie di operatori finanziari o di fornitori di servizi specializzati attivi nel settore degli SRI: Società di gestione del risparmio; Banche commerciali e d'investimento; Compagnie di assicurazione; Broker e società di consulenza finanziaria; Reti di distribuzione; Agenzie di rating sociale; Fornitori di indici.

Dall'ultima indagine svolta da Eurosif nel 2008 sugli SRI in Europa, il mercato europeo aveva raggiunto un totale di €2.7 trillion al 31/12/07, cioè il 17,6% del totale dell'asset management europeo, con un aumento in termini assoluti dell'SRI del 102% in 2 anni. In Italia, alla stessa data, il mercato SRI ammontava a €3.4 bn e rappresentava solo lo 0.32% del totale del risparmio gestito. Il tasso di crescita rispetto al 2005 è stato del +11% annuo.

Considerazioni generali

Il FFS saluta con favore tutte le iniziative, anche di natura regolamentare, che aumentino la trasparenza del mercato e riducano le asimmetrie informative tra gli operatori dell'offerta e quelli della domanda.

Poiché la trasparenza non è conseguenza immediata e necessaria della quantità di informazioni che vengono trasferite, quanto piuttosto dall'efficacia della comunicazione, riteniamo importante prestare particolare attenzione agli aspetti legati al linguaggio, agli strumenti e alle forme utilizzate per informare. La capacità dei destinatari di assimilare effettivamente il senso delle informazioni trasferite dipende in larga misura dal modo in cui vengono loro proposte. È perciò auspicabile che, *a latere* della disciplina di cui qui si parla, l'Istituto mantenga sempre forte l'attenzione sul ruolo dei mediatori di informazione, cioè dei soggetti addetti alla vendita dei prodotti assicurativi, e sul modo in cui viene esercitato, essendo essi spesso il veicolo reale dei contenuti informativi riportati nella documentazione.

Considerazioni specifiche

Sul Capo III

Il FFS, in relazione alla natura dei propri obiettivi statuari, si concentrerà solo su alcuni passaggi della bozza di regolamento in esame. In particolare, rileva ai nostri fini il contenuto del Capo III, che regola gli obblighi informativi e di rendicontazione dei contratti assicurativi qualificati come "etici" o "socialmente responsabili".

Gli articoli 23 e 24 riprendono, *mutatis mutandis*, i contenuti del Titolo II bis del Regolamento Intermediari di Consob in materia di finanza etica, inserito con Delibera n. 15961 del 30.5.2007. Tale disciplina, formulata in attuazione all'art. Art. 14 (Modifiche al testo unico delle disposizioni in materia di intermediazione finanziaria) della legge 262/05, è stata in parte ispirata dalla nostra associazione e si richiama, nelle linee generali, alla struttura delle *European Transparency Guidelines for SRI Funds*. Si tratta di uno standard volontario promosso da Eurosif, il network di cui FFS è parte. Ancorché focalizzate su uno strumento specifico, il fondo comune di investimento, le Linee Guida indicano un approccio che può, come è di fatto successo, essere esteso anche ad altre categorie di prodotti finanziari. I passaggi fondamentali su cui si chiede trasparenza sono: i contenuti di responsabilità sociale che caratterizzano la proposta, gli strumenti utilizzati per perseguirli, i processi seguiti allo scopo, i soggetti coinvolti ed i risultati misurati. Gli articoli del regolamento oggi in esame giustamente perciò si allineano a questa prassi.

Pur essendo la formulazione adottata a suo tempo da Consob, e qui ripresa, in parte perfettibile, riteniamo che un'esigenza di coerenza a livello di sistema suggerisca di **mantenere inalterato il contenuto letterale dell'articolato, di cui quindi auspichiamo l'approvazione nella forma con cui è stato proposto alla consultazione.**

In ordine ai contenuti minimi che un prodotto od un servizio assicurativo dovrebbe avere per potersi qualificare come "etico" o "socialmente responsabile", abbiamo più volte ribadito che non riteniamo debba essere l'Autorità pubblica a dettare indicazioni più o meno prescrittive: sia il mercato a decidere se il valore etico dichiarato della proposta è adeguato o meno alle attese della clientela.

Nondimeno, segnaliamo all'Istituto, avendo a mente soprattutto la sua attività di vigilanza, che è ormai unanimemente riconosciuto a livello europeo l'inconsistenza di offerte che prevedano una mera devoluzione di proventi ad organizzazioni o a progetti benefici. In altre parole, l'opinione largamente diffusa tra gli addetti ai lavori è che l'associazione del prodotto o della società che lo propone ad un'iniziativa di carattere sociale, in assenza di altri fattori intrinseci, non sia di per sé sufficiente a qualificare l'offerta come "etica" o "socialmente responsabile": non è condizione necessaria né certamente sufficiente allo scopo.

Sulla Parte III

Il FFS desidera poi sottoporre all'attenzione dell'Istituto la valutazione del rischio di abusi del concetto di "etica" o di "responsabilità sociale" o simili. Non c'è dubbio sul fatto che oggi vi sia un certo favore nell'opinione pubblica e che operatori spregiudicati possano approfittare di questa simpatia per proporre prodotti e servizi che di socialmente responsabile hanno ben poco. L'obiettivo delle norme sopra commentate è proprio quello di mettere il cliente nelle condizioni di comprendere i termini dell'offerta che gli viene rivolta.

Non possiamo escludere, tuttavia, che l'accento sulla dimensione etica non venga posto tanto sulle caratteristiche intrinseche del contratto assicurativo, quanto su un qualsiasi aspetto della relazione contrattuale – per esempio, il prezzo o altre condizioni di vendita. Questa circostanza inserisce nel rapporto degli elementi di ambiguità che è bene evitare. A tale scopo, **richiediamo la disposizione di una norma che vieti nei messaggi pubblicitari l'uso di termini come "etico", "socialmente responsabile" o simili per prodotti diversi da quelli sottoposti alla disciplina degli articoli 23 e 24 del regolamento in consultazione.**

Naturalmente, non crediamo si possa e si debba estendere tale divieto alla pubblicità non di prodotto o alla comunicazione istituzionale di un'impresa assicurativa: una società può ben dire di prestare attenzione alla propria responsabilità sociale (dandone poi, auspicabilmente, qualche evidenza) anche in mancanza di prodotti "etici".

Presentazione del FFS

Il Forum per la Finanza Sostenibile è un'associazione senza scopo di lucro la cui missione è "La promozione della cultura della responsabilità sociale nella pratica degli investimenti finanziari in Italia"

Il Forum persegue la propria missione attraverso la diffusione di informazioni e di conoscenza, l'elaborazione di proposte innovative rivolte agli operatori, agli utenti dei servizi finanziari ed ai decisori politici, la crescita culturale ed il miglioramento delle capacità professionali tra gli operatori del settore, la promozione del dialogo tra i diversi portatori di interesse.

L'attività dell' associazione si sostanzia in:

- promozione e realizzazione di studi, ricerche e indagini
- organizzazione di convegni, workshop, seminari, incontri formativi, corsi di formazione o altri eventi culturali
- lobby
- pubblicazione di libri, dispense, riviste e articoli
- lancio e partecipazione a campagne informative

- crescita e mantenimento di relazioni con istituzioni e organizzazioni interessate al raggiungimento di obiettivi analoghi a quelli dell'Associazione.

Nella sua attività, il Forum si rivolge a tutto il mondo finanziario, sia dal lato della domanda (investitori privati e istituzionali) che da quello dell'offerta (istituzioni finanziarie) che agli intermediari (consulenti e reti di vendita), con l'obiettivo di aumentare la massa degli asset investiti secondo criteri di responsabilità sociale.

Per il Forum, l'investimento socialmente responsabile è uno strumento per influenzare il modello economico e renderlo più coerente coi principi della sostenibilità dello sviluppo.

Il Forum per la Finanza Sostenibile è parte di Eurosif (the European Social Investment Forum), un network pan-europeo che si pone l'obiettivo di sostenere la crescita degli investimenti socialmente responsabili e una buona corporate governance.



Davide Dal Maso
Segretario Generale

I membri del Forum per la Finanza Sostenibile

Soci sostenitori:



Soci ordinari:



Aderenti:



Il FFS e i processi di regolazione

Il Forum per la Finanza Sostenibile si è speso in passato per suggerire ai regolatori l'adozione di soluzioni normative che tenessero in considerazione le istanze degli investitori socialmente responsabili. Le iniziative più significative sono state:

- inserimento del tema dell'investimento responsabile tra le materie d'esame per ottenere l'iscrizione all'Albo Promotori Finanziari (che da Gennaio 2009 è subentrato alla Consob nella regolazione dell'accesso alla professione).
- inserimento nella riforma pensionistica di una norma che obblighi le forme pensionistiche complementari a comunicare se e in quale misura gli aspetti ambientali, sociali ed etici sono presi in considerazione nelle politiche di investimento e nell'esercizio dei diritti di voto (art. 6, c. 14, d.lgs. 252/05 e successive direttive Covip)
- inserimento nella legge per la tutela del risparmio di una norma che obblighi i soggetti abilitati e le imprese di assicurazione che promuovono prodotti e servizi qualificati come etici o socialmente responsabili a specifici obblighi di informazione e di rendicontazione (art. 117 ter TUF e successivo regolamento Consob)
- recepimento dell'opzione offerta dalla cd "direttiva bilanci" che prevede l'inserimento di informazioni ambientali e sociali nella relazione sulla gestione delle società (art. 2428 cod. civ.)