

I "dieci comandamenti" che aiutano il risparmiatore

Li ha redatti sull'esempio di altri paesi europei come Germania e Svizzera. **Acepi**, l'associazione italiana certificati e prodotti di investimento e possono essere riassunti in tre punti cardine: trasparenza, informazione, chiarezza nelle spiegazioni. "Ma chi compra deve seguire costantemente l'investimento"

WALTER GALBIATI

Milano

Parlamo di Certificates. E basta la parola derivati per circondarli di quell'alone negativo che accompagna il termine. Eppure, una delle loro peculiarità, quella di essere quotati in un apposito segmento di Borsa Italiana, contribuisce a renderli più comprensibili, anche solo per il fatto che obbliga gli emittenti a presentarli al pubblico indistinto attraverso prospetti e offerte più chiare e semplici possibili.

I certificates sono strumenti finanziari derivati, appunto, che consentono di investire su qualsiasi mercato di interesse e che incorporano strutture che vanno dalla più semplice replica passiva dell'andamento dell'attività sottostante a strutture più complesse in grado di realizzare varie strategie di investimento. Oggi il numero di prodotti di investimento e la varietà di strutture disponibili che rientrano in questa definizione è sempre più elevato. In Italia sono arrivati una decina di anni fa, ma hanno avuto un successo crescente solo a partire dal 2006. In Borsa sono oltre 1500 i

prodotti offerti dai vari emittenti. «La quotazione è un valore importantissimo, perché porta i certificates all'interno di un mercato regolato, controllato dalle Authority e con obblighi ben precisi per gli emittenti», sostiene Pietro Poletto, capo del Fixed Income di Borsa Italiana (London Stock Exchange Group). Un ruolo fondamentale è svolto dal market maker che deve garantire ogni giorno offerte in denaro e lettera sul prodotto. «Il market maker garantisce durante il periodo di negoziazione un prezzo adeguato del certificato, accessibile e visibile a tutti», sottolinea Poletto.

La stessa Consob, l'Autorità che vigila sui mercati, ha spinto molto affinché i certificates venissero quotati. «Per stare sul mercato serve un prospetto informativo, che deve passare il vaglio dei controllori. Tutti gli emittenti hanno accettato la via della quotazione, perché scegliere una via alternativa comportava dei costi e degli oneri aggiuntivi. Era disincentivante», spiega Marcello Chelli, responsabile prodotti quotati di SocGen. È dal 2006 che i certificates vengono offerti per quotazione o per sottoscrizione e da allora i numeri del settore sono cresciuti sempre di più. «La liquidità, legata proprio alla quotazione, è un valore aggiunto e aumenta la trasparenza di questi prodotti finanziari. Sono poi i

regolatori a dire cosa serve. Nel prospetto vengono indicati costi, commissioni e viene realizzata una simulazione di come si muoverà il prodotto», commenta Christophe Grosset, Responsable Covered Warrants e Certificates di UniCredit.

Sull'esempio di altri Paesi europei come Germania e Svizzera, è nata anche in Italia un'associazione degli emittenti con lo scopo di promuovere una cultura evoluta dei prodotti d'investimento e in particolare dei certificati. Si chiama Acepi, l'Associazione italiana certificati e prodotti di investimento, e ha portato alla redazione di un decalogo, i cui dieci comandamenti sono estremamente chiari. Da soli, se applicati correttamente, forniscono una valida garanzia agli investitori e si riassumono in tre principi cardine: la documentazione deve essere trasparente e completa, le informazioni sugli emittenti e sulle attività vanno diffuse tempestivamente e il funzionamento del prodotto deve essere spiegato con chiarezza. Certo, però, non bastano la normativa e le dichiarazioni di buone intenzioni per tutelare gli eventuali compratori. «Ogni risparmiatore che vuole investire in prodotti finanziari deve studiare e sforzarsi di capire cosa va ad acquistare, soprattutto in relazione al proprio profilo di rischio», consiglia Poletto. «Serve un impegno e un'applicazione costante — continua l'esperto di Borsa Italiana — l'investimento deve essere seguito. Il nostro sforzo è stato di mettere a disposizio-

ne attraverso il sito, più documentazione possibile».

Non bisogna poi estendere la complessità finanziaria che si utilizza per creare un certificato al certificato intero. «Creare un prodotto che scommette sull'oro, scambiato in dollari, togliendo il problema del cambio è estremamente complesso, ma per l'investitore l'esito finale e il significato è quanto di più semplice ci sia», spiega Grosset di UniCredit. Il lavoro è comunque in salita perché non esiste ancora in Italia "il concetto di certificates". «Per comprenderli bisogna aver chiari almeno due cose: il rischio di controparte e il pay off», spiega Chelli di SocGen. «L'investitore italiano — continua Chelli — capisce perfettamente il rischio di controparte quando si parla di un bond, ma non per certificates. Deve essere invece chiaro che al pari di un bond

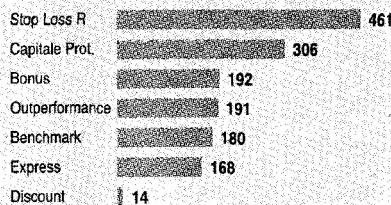
anche per i certificates esiste la garanzia dell'emittente. Se un bond è emesso da Banca Intesa, il bond avrà il grado di rischio connesso a Banca Intesa, e lo stesso avviene per il certificate». L'altro concetto cardine è il pay off, ovvero quello che si ottiene come risultato finale. «Prima di comprare — continua Chelli — si deve capire l'esito dell'investimento: se il capitale è protetto, condizionatamente protetto, oppure no, se è rischioso o meno». Insomma non tutto si trova cotto e servito.

La quotazione è fondamentale perché permette di far parte di un mercato regolato

Dal 2006 numeri in crescita: toccano quota 1500 le offerte dei vari emittenti

I certificates italiani

Tipologie e numero strumenti



Fuente: Borsa Italiana

Nella tabella qui sotto ecco come si presenta il mercato dei certificates italiani

