



Spett.le

CONSOB

Divisione Strategie Regolamentari

Via G. B. Martini, n. 3

00198 ROMA

Invio tramite SIPE – Sistema Integrato Per l'Esterno

Milano, 8 novembre 2021

MODIFICHE AL REGOLAMENTO EMITTENTI PER L'ADEGUAMENTO ALLE DISPOSIZIONI IN MATERIA DI PROSPETTO ALLE NUOVE NORME INTRODOTTE DAL REGOLAMENTO (UE) 2019/2115, IN MATERIA DI PROMOZIONE E USO DEI MERCATI DI CRESCITA PER LE PMI, DAL REGOLAMENTO (UE) 2021/337, CHE INTRODUCE IL PROSPETTO UE DELLA RIPRESA, E DAL DECRETO LEGISLATIVO 2 FEBBRAIO 2021, N. 17, DI ATTUAZIONE NELL'ORDINAMENTO NAZIONALE DEL REGOLAMENTO PROSPETTO (IL "DOCUMENTO DI CONSULTAZIONE") – OSSERVAZIONI

Premessa

L'ACEPI intende innanzitutto ringraziare codesta rispettabile Commissione per l'opportunità di formulare le proprie osservazioni in merito alla consultazione in oggetto.

L'ACEPI valuta con favore l'obiettivo del legislatore italiano di adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del Regolamento (UE) 2017/1129 (di seguito, il "**Regolamento Prospetto**") e di coordinamento del Regolamento Emittenti alle nuove norme del D. Lgs. N. 58/1998, come modificato (il "**TUF**"), a seguito dell'entrata in vigore del D. Lgs. n. 17/2021.

In particolare, la scrivente Associazione ritiene di particolare rilievo l'analisi delle modifiche apportate al Regolamento Emittenti, in virtù della delega conferita alla Consob e contenuta nell'art.101, comma 1 del TUF in virtù della quale "*La Consob individua con proprio regolamento, tenendo conto dell'esigenza di contenimento degli oneri per i soggetti vigilati, le modalità e i termini per l'acquisizione della documentazione relativa a qualsiasi tipo di pubblicità effettuata in Italia*



concernente un'offerta", nonché delle proposte relative alle "modalità" e ai "termini" di trasmissione della predetta documentazione esposte nel Documento di Consultazione.

Fermo restando quanto sopra, riteniamo opportuno portare all'attenzione di codesta rispettabile Commissione alcune osservazioni ad alcune previsioni proposte in consultazione la cui applicazione potrebbe determinare, a giudizio della scrivente Associazione, un oneroso obbligo aggiuntivo per gli intermediari che svolgono attività pubblicitaria in Italia.

Si osserva, innanzitutto, che la legge di delega prevede – come peraltro più volte menzionato dalla stessa Commissione – che, nel definire le istruzioni operative relative alle modalità di trasmissione della documentazione pubblicitaria, è necessario tenere conto dell'esigenza di contenimento degli oneri da parte dei soggetti vigilati, in virtù di quanto esplicitamente stabilito dalla normativa primaria (*i.e.*, art. 101 TUF).

Alla luce di quanto sopra, si ritiene che i due canali alternativi di trasmissione del materiale pubblicitario che la Commissione propone di adottare, e cioè i) una interfaccia web oppure ii) un server SFTP,

possano rappresentare degli strumenti utili ed efficaci per assolvere a quanto richiesto dalla normativa, purché si tenga conto di quanto di seguito rappresentato.

In primis, in merito alla proposta avanzata dalla CONSOB di utilizzare per l'invio della documentazione pubblicitaria la modalità individuata di recente dalla Commissione per l'invio dei KID relativi ai PRIIPs, si evidenzia come tale modalità preveda al momento la compilazione da parte degli intermediari di numerosi campi con informazioni e dati strutturati sull'emittente e sullo strumento finanziario, che non appaiono in linea con le esigenze più volte richiamate di contenimento degli oneri ed efficientamento dell'adempimento per gli intermediari previste dall'art. 101 TUF. Pertanto, l'eventuale richiesta da parte della Commissione di informazioni ulteriori, in analogia a quelle previste per i PRIIPs, anche nel caso di invio della pubblicità, costituirebbe un evidente e ingiustificato aggravio di costi a carico degli intermediari, dovendo quest'ultimi predisporre, al proprio interno, sistemi e presidi *ad hoc* per adempiere agli obblighi di trasmissione a codesta rispettabile Commissione. Inoltre, tale modalità comporterebbe per gli intermediari che operano in Italia un adempimento ulteriore e più gravoso rispetto agli intermediari che operano in altri Paesi europei, laddove sono state previste modalità di acquisizione della pubblicità veloci e snelle e, peraltro, simili a quelle attualmente applicabili in Italia. A titolo esemplificativo, si ricorda che in Francia l'AFM ha previsto che gli emittenti/offerenti inviino la documentazione pubblicitaria a un indirizzo di posta elettronica dedicato, allegando la documentazione facente riferimento all'ISIN dell'emissione a cui la documentazione si riferisce.



Ove la Commissione intendesse richiedere l'utilizzo della medesima piattaforma di invio prevista per i KID dei PRIIPs, si ritiene che l'adempimento potrebbe essere assolto dagli intermediari mediante l'invio, tramite interfaccia *web* o il server SFTP, con un unico *upload* della documentazione pubblicitaria, accompagnata dall'indicazione del codice ISIN dei titoli a cui il materiale si riferisce, senza la necessità di dover compilare ulteriori campi, come invece previsto per il KID dei PRIIPs, dei cui dati peraltro la CONSOB sarebbe già in possesso nel caso in cui lo strumento finanziario oggetto di pubblicità fosse, per l'appunto, un PRIIP, né di dover trasmettere una lettera di accompagnamento che illustri la documentazione inviata, come avviene a oggi per la trasmissione della stessa a mezzo della e-mail istituzionale - PEC .

In aggiunta a quanto sopra, si propone alla Commissione di valutare la possibilità di indicare il codice ISIN del prodotto direttamente nella denominazione del file oggetto di trasmissione invece che imputarlo nel sistema di trasmissione.

Si segnala infine che, talvolta, lo stesso materiale pubblicitario si riferisce a più prodotti della stessa categoria. Pertanto, si chiede conferma che la trasmissione di tale materiale debba essere effettuata un'unica volta, specificando i codici ISIN dei singoli prodotti a cui il medesimo materiale si riferisce.

Si coglie l'occasione, inoltre, per richiedere a codesta rispettabile Commissione che i suddetti canali di trasmissione prevedano un sistema di conferma dell'avvenuta ricezione della documentazione pubblicitaria da parte dell'intermediario, a titolo esemplificativo, mediante ricezione da parte di quest'ultimo di una e-mail di conferma.

Da ultimo, si auspica che la Commissione consenta agli emittenti/offerenti di poter accedere a tali canali di trasmissione, dopo aver ricevuto le credenziali di accesso, prima dell'entrata in vigore di tali nuove modalità di trasmissione in tempo utile affinché quest'ultimi siano posti in condizione di effettuare i necessari test tecnici sull'effettivo funzionamento degli stessi.

* * *

L'ACEPI segnala sin d'ora la propria disponibilità alla partecipazione a eventuali tavoli di lavoro tecnici di confronto al riguardo.

Si resta, inoltre, a disposizione per qualsiasi chiarimento riteneste opportuno in relazione al presente documento.



Con osservanza,

Associazione Italiana Certificati & Prodotti d'Investimento – ACEPI

Il Segretario Generale

Avv. Dario Savoia

A handwritten signature in black ink that reads "Dario Savoia". The signature is written in a cursive, flowing style.