

Cross Selling: le Linee Guida pubblicate da Esma

di zitiello.associati

L'Autorità European Securities and Markets Authority (ESMA) ha pubblicato in data 22 dicembre 2015 un documento finale contenente le Linee Guida in materia di pratiche di vendita abbinata (*cross selling*), ai sensi dell'articolo 24, par. 11, della Direttiva 2014/65/UE (MiFID II). La pratica di c.d. *cross selling* è definita dalla Direttiva **MiFID II** come "l'offerta di un servizio di investimento unitamente ad un altro servizio o prodotto come parte di un pacchetto o come condizione per l'ottenimento dello stesso accordo o pacchetto" (articolo 4, par. 1, n. 42).

Le Linee Guida riguardano soltanto le pratiche di *cross selling* rientranti nell'ambito della MiFID II.

La finalità delle Linee Guida divulgate da Esma è diretta soprattutto a: • incrementare il livello di informativa e trasparenza in caso di esercizio di pratiche di *cross selling*; • imporre alle imprese di investimento la tempestiva e chiara comunicazione di ogni informazione rilevante; • eliminare i conflitti di interessi scaturenti dai modelli di remunerazione; • incrementare il livello di comprensione dei clienti sulla possibilità di acquistare i diversi prodotti finanziari oggetto di *cross selling*; • in generale, incrementare il livello di protezione degli investitori.

Le Linee Guida, che sono dieci, aiuteranno a chiarire gli standard attesi di condotta per le imprese di investimento impegnate nelle pratiche di *cross selling*. In particolare, secondo Esma, dovrà essere data piena trasparenza all'informativa su prezzi e costi dei prodotti a pacchetto e dei singoli prodotti che li compongono, come costi amministrativi, costi di transazione o penali di uscita (Linea Guida 1). Inoltre, l'informativa dovrà essere tempestiva in modo che i clienti assumano decisioni consapevoli (Linea Guida 2), e fornita con un linguaggio semplificato (Linea Guida 3). L'informativa sui costi dovrà poi essere sempre completa (Linea Guida 4). Ai clienti dovranno anche essere date le informazioni chiave su elementi privi di costo e sui rischi di ogni singolo prodotto (Linea Guida 5). L'informativa su elementi privi di costo e sui rischi derivanti dai prodotti a pacchetto dovrà essere equivalente alle informazioni sui costi dei singoli prodotti (Linea Guida 6). I clienti dovranno poi essere sempre informati che i singoli prodotti che costituiscono il prodotto a pacchetto possono essere acquistati separatamente. Deve essere evitata la falsa percezione che l'acquisto del prodotto a pacchetto sia obbligatorio (Linea Guida 7). Quanto al personale adibito all'offerta ed alla vendita dei prodotti a pacchetto, deve essere fornita un'adeguata preparazione, anche trasversale tra diversi ambiti normativi, al fine di comunicare ai clienti i rischi del prodotto a pacchetto e dei singoli prodotti che lo costituiscono, con espressioni semplici e non tecniche (Linea Guida 8). I modelli di remunerazione e gli incentivi alla vendita riconosciuti al personale dovranno scoraggiare le condotte commerciali irresponsabili ed escludere conflitti di interesse (Linea Guida 9). Ai clienti dovranno essere rappresentati i diritti di recesso dai singoli prodotti a pacchetto, e dovrà essere consentito di separare i diversi prodotti offerti (Linea Guida 10).

* *Avv. Federica Malerba – Studio Zitiello e Associati L'Autorità European Securities and Markets*