

Pubblicità ingannevoli

Una rete a maglie larghe per i controlli delle authority sui broker online

Pagina 6

Pubblicità ingannevoli

Una rete a maglie larghe per i controlli sui broker

Sul tema si muovono Agcm e Consob e dal 2014 una norma ha fissato i paletti

Andrea Gennai

Il boom del trading online ha portato a un vero e proprio bombardamento pubblicitario. Il miraggio di guadagni facili, l'accesso a tutti i mercati del mondo attraverso una semplice piattaforma e il tam tam legato alle criptovalute hanno reso molto attrattivo il business dei broker online. La concorrenza è aumentata e spesso quando la torta da spartirsi diventa golosa le pratiche commerciali rischiano di superare il limite. Capita spesso anche oggi di vedere in tv o sul web offerte di servizi di trading online a commissioni zero ma poi c'è una postilla scritta molto piccola che evidenzia gli oneri nascosti. Formalmente tutto potrebbe apparire corretto ma siamo sul filo perché i principi di traspa-

renza e correttezza sono messi seriamente in discussione.

Il quadro normativo

A complicare poi il tutto ci sono le sovrapposizioni normative, come spesso capita in Italia, visto che il tema della tutela dei consumatori/risparmiatori tira in ballo sia le competenze generali di tutela degli utenti dei servizi, sia le specificità del mondo finanziario. «Il tema - spiega Luca Zitiello, avvocato dello

studio **Zitiello Associati** - è quello

delle pratiche commerciali scorrette. Sono disciplinate all'interno del codice del consumo e definite all'articolo 20 e seguenti. All'interno della categoria generale ci sono pratiche svolte da soggetti (banche, Sim, broker, etc.) che a loro volta sono sottoposti a delle normative specifiche e a delle autorità di settore». Ed è da qui che nasce il problema della concorrenza delle competenze. Nel 2008 il Consiglio di Stato aveva individuato un criterio di specialità e quindi aveva privilegiato la competenza della Consob rispetto ad Agcm, passaggio poi ribadito dallo stesso organo nel 2012. «È intervenuto - aggiunge Zitiello - poi il legislatore nel 2014 nell'ambito della riforma del codice del consumo ed è stato introdotto l'articolo 27, comma 1 bis, dove sostanzialmente si dice che si passa da un principio di specialità a uno di incompatibilità. Anche nei settori regolati da norme speciali, la competenza a intervenire spetta in via esclusiva ad Agcm. Resta ferma la potestà delle autorità di regolazione nelle ipotesi delle violazioni della regolazione che non integrino una

pratica commerciale scorretta, quindi con una competenza residuale». Dall'autorità garante per la concorrenza fanno sapere che al momento non ci sono istruttorie sul tema. L'Agcm monitora il fenomeno ed è aperta alle segnalazioni.

Anche Consob monitora quanto avviene in questo mondo. Nell'ultima relazione presentata, relativa al 2020, l'autorità ha ricordato i numerosi warning lanciati a tutela dei risparmiatori, attratti dal miraggio di guadagni facili anche attraverso pubblicità. «Oltre alla prestazione

abusiva di servizi di investimento tramite internet - è scritto nella relazione - sono sempre più frequenti le proposte di investimenti finanziari "atipici", tra cui quelli relativi a presunte crypto-valute». La lotta all'oscuramento dei siti abusivi è pressante, ma queste pubblicità più o meno ingannevoli possono arrivare da broker autorizzati che non hanno succursali in Italia e quindi il controllo diventa più complesso.

Controlli interni

Tra gli intermediari il tema è seguito con grande attenzione. «Al nostro interno - spiegano dal quartier generale di un broker italiano - c'è un ufficio dedicato in materia di compliance e la pubblicità dei nostri servizi deve passare numerosi filtri interni prima di apparire su quotidiani, web o altre forme. I messaggi che vengano divulgati non devono ingenerare equivoci nell'utente. In materia pubblicitaria molte società usano escamotage, come postille o disclaimer, per essere formalmente corretti anche se il messaggio veicolato può lasciare qualche dubbio interpretativo. Poi se il broker in questione non ha succursale in Italia, la dinamica dei controlli rischia di essere a maglie più larghe».



L'analisi

Nel numero di sabato scorso Plus ha analizzato il tema dei costi occulti dietro i broker a zero commissioni



TRADINGMERCATI FORMAZIONE CLIENTI RIGUARDO A FCM ISTITUZIONALE

Q

Italia, il futuro del Trading è qui

ZERO COMMISSIONI![†]

su Azioni, Forex, Cripto, Petrolio e Oro

APRI UN CONTO DEMO

APRI UN CONTO REALE

OLTRE 3000 MERCATI SU CUI FARE TRADING A 0% COMMISSIONI

Inizia il trading

16,25% degli account di investitori individuali perde denaro quando negozia CFD con questo fornitore. Dovresti valutare se puoi permetterti di correre un rischio elevato di perdere denaro.

Rischieresti 100€ per guadagnare 3.000€?

SI

NO

Scopri come puoi fare trading di €40,000 con soli €100

Senza studiare per ore

Comincia adesso >

XYZ

COMPRA AZIONI REALI, 0% COMMISSIONI

APRI UN CONTO DEMO GRATUITO

*Per un volume mensile fino a 100.000 EUR. Le transazioni superiori a questo limite saranno soggette a una commissione dello 0,2% (minimo 10€ EUR). Gli strumenti finanziari che offriamo, specialmente i CFD, sono altamente rischiosi.

a

T

Uber

Apple

McDonald's

N

VISA

Trading azionario senza commissioni

Investire in azioni reali a una data del 1999. Accesso a una vasta gamma di titoli e azioni del mondo e USA.

Zero Spese Account

Zero Commissioni

Nessun costo per interessi negativi

Investi in azioni ora! →

Il fenomeno. Investitori sempre più bombardata da pubblicità sul trading

IL REGOLAMENTO INTERMEDIARI

Chiarezza e correttezza

L'articolo 36 del regolamento intermediari Consob 20307 del 2018 è il punto di riferimento che gli uffici dei broker seguono per impostare le campagne pubblicitarie.

L'articolo recita infatti che «tutte le informazioni, comprese le comunicazioni pubblicitarie e promozionali, indirizzate dagli intermediari a clienti o potenziali clienti

devono essere corrette, chiare e non fuorvianti. Le comunicazioni pubblicitarie e promozionali sono chiaramente identificabili come tali. Gli intermediari forniscono in tempo utile ai clienti o potenziali clienti, in una forma comprensibile, informazioni appropriate affinché essi possano ragionevolmente comprendere la natura del servizio di investimento».

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato