

Che brutta la “pubblicità progresso” del Mef sul Btp Valore



PIEREMILIO GADDA
DIRETTORE RESPONSABILE

Va bene il doppio vantaggio fiscale, la tassazione agevolata sulle rendite finanziarie e l'esenzione dalle imposte di successione. Va bene l'esclusione dal calcolo Isee, previsto dall'ultima Legge di bilancio. E mettiamoci anche il Nota Bene, “zero costi bancari a carico degli investitori che lo acquistano all'emissione”. Tutti “benefit” che rendono il Btp valore un competitor un po' sleale nell'agone degli strumenti finanziari intenti ad attrarre i capitali degli investitori privati. Ma uno spot televisivo come quello che ha accompagnato l'ultima emissione del Btp Valore, chiusa il 1° marzo, va ben oltre il campo del fair play.

Per chi non l'avesse visto, il dialogo si sviluppa durante un pranzo tra due coppie, in età da capelli grigi.

“La prossima settimana venite da noi?”, chiede lei.

“Beh, saremo in crociera!”, rispondono i due amici, entusiasti.

“Ah! Avete vinto alla lotteria?”, ironizza un altro.

“Abbiamo comprato Btp Valore” rassicura l'ospite, aggiungendo: “il modo più sicuro per integrare stipendio e pensione”.

Il messaggio è pericolosamente fuorviante, al punto da spingere qualche addetto ai lavori a chiedersi se si tratti o meno di pubblicità ingannevole. Per inciso, lo spot viene presentato come “comunicazione istituzionale”, non “pubblicitaria”.

“Siamo ai limiti, la questione è discutibile – chiosa [Luca Zitiello](#), fondatore dello [studio legale Zitiello Associati](#) -. Di sicuro siamo di fronte a una subdola assimilazione di concetti che desta qualche perplessità”, commenta [Zitiello](#). La vincita alla lotteria è un guadagno “facile” quanto improbabile: un riferimento decisamente inappropriato, a maggior ragione perché l'investimento in titoli di stato viene subito presentato, in aperta e piena contraddizione, come “sicuro”.

“Un concetto di sicurezza che andrebbe, peraltro, contestualizzato”, argomenta [Zitiello](#): specialmente se si considera la durata finanziaria dell'ultima emissione, 6 anni, che la rende più vulnerabile alla dinamica dei tassi e dello spread, trattandosi di un emittente con un rating BBB, lontanissimo dalla granitica AAA della Germania “free risk”, cioè a rischio zero (sulla carta). Chi si prenderà cura di Max? “La tranquillità di questo investimento è tale che l'unica preoccupazione sembra essere legata alle sorti del cane”, chiosa l'avvocato.

“La normativa sulla pubblicità relativa alle operazioni finanziarie suggerisce un approccio più chiaro nel proporre questo tipo di offerte che non faccia illudere i consumatori su prospettive facili di guadagno e, soprattutto, lo avverta dei rischi dell'investimento anche nel caso di titoli normalmente sicuri come i Btp”, scrive il Codacons, che ha presentato un formale esposto all'Antitrust, chiedendo di aprire una istruttoria volta a valutare la correttezza dei messaggi pubblicitari diretti al pubblico e sanzionare eventuali illeciti legati alla collocazione al pubblico del Btp Valore. Di certo siamo di fronte a un caso di diseducazione finanziaria che porta la firma (e la responsabilità) del Ministero dell'Economia e delle Finanze: le caratteristiche dell'investimento vengono presentate in modo carente e superficiale, senza alcun invito, neppure velato, a valutarne l'adeguatezza in funzione degli obiettivi dell'investitore, del suo orizzonte temporale di riferimento e della capacità di tollerare oscillazioni dei prezzi lungo la vita dell'emissione: sarebbe l'Abc dell'educazione finanziaria.

Cosa accadrebbe se una banca o un asset manager lanciassero uno spot - analogo nei toni - per promuovere un loro prodotto d'investimento?