

STUDIO LEGALE AVV. CARLO AIME  
VIA PRIV. CAVENAGHI N. 20-20149 MILANO  
TEL 02-55189963 - FAX 02-42108145  
e-mail: [caime@tin.it](mailto:caime@tin.it)

Spett.le  
**CONSOB**  
**Divisione Studi Giuridici**  
Via G.B. Martini n. 3  
00198 ROMA

Milano, 05 febbraio 2011  
CA/gp N.rif.WG 478/2

**Trasmesso tramite sistema SIPE**

**OGGETTO : Bervi considerazioni in tema di “Bozza di comunicazione avente ad oggetto: Messaggi pubblicitari relativi ad offerte al pubblico e/o ammissioni alle negoziazioni su di un mercato regolamentato di prodotti finanziari *non-equity*. Disciplina applicabile e raccomandazioni “**

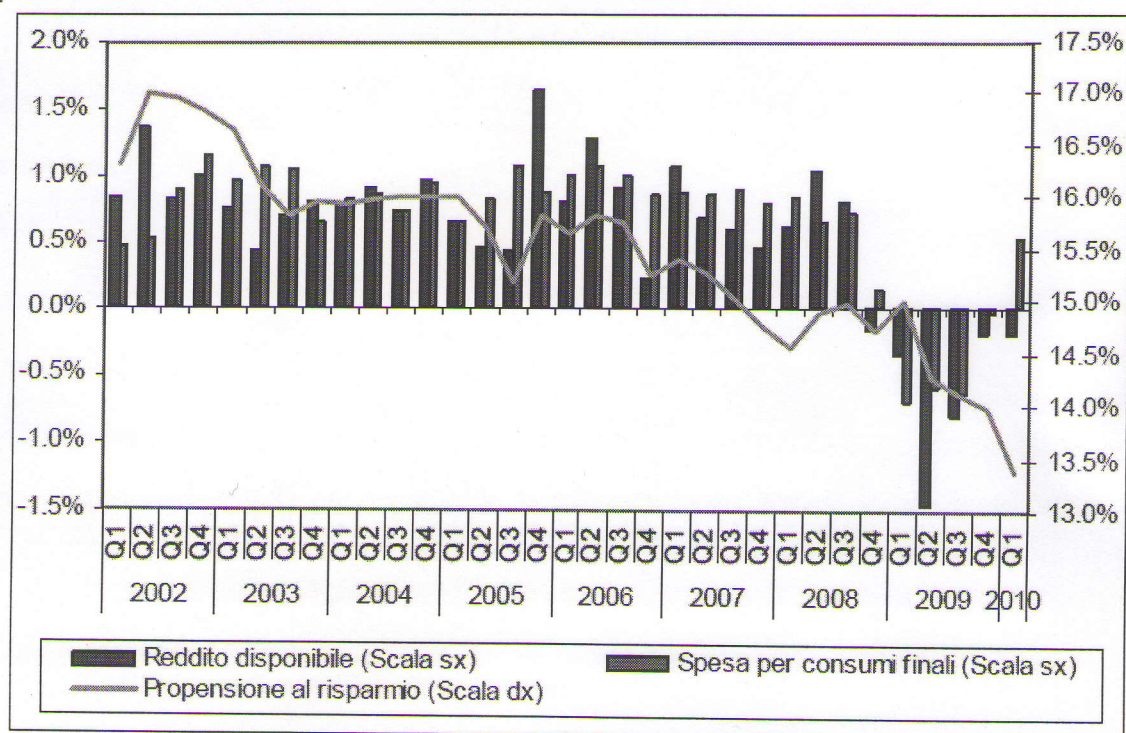
**Premessa**

Desidero preliminarmente ringraziare codesta Commissione per l'opportunità offerta di poter partecipare alla consultazione in oggetto, evidenziando sin da ora un forte apprezzamento per le proposte regolamentari che emergono dal Documento. Poiché la bozza non prevede quesiti specifici, ritengo che tale situazione consenta un approccio più ampio alla tematica prospettata, che muova dalle osservazioni qui di seguito riportate .

**Le conoscenze generali del risparmiatore in tema finanziario**

Gli italiani sono tra i più grandi risparmiatori al mondo: basti considerare che una parte rilevante de loro reddito, mediamente il 15% , e' destinata al risparmio, come emerge in tutta chiarezza dall'ultimo studio ISTAT dedicato a questo tema.

Figura 1 - Propensione al risparmio delle famiglie e tassi di crescita delle sue componenti precedenti

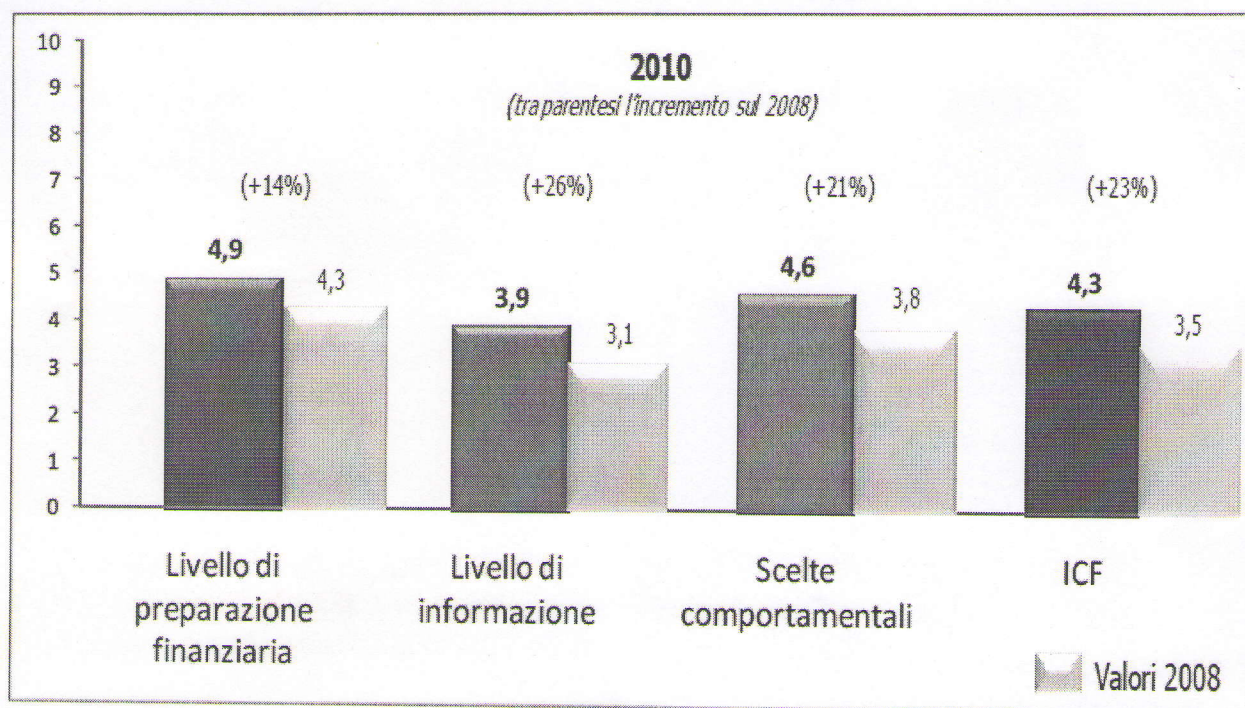


*Purtroppo non esiste una correlazione, nel nostro Paese, tra propensione al risparmio e la conoscenza in materia finanziaria.*

Le ricerche di mercato in tema di educazione finanziaria evidenziano che, di solito, gli italiani hanno gravi lacune in questo settore e, mediamente, non raggiungono, in una scala da 1 a 10, che un voto di poco superiore al 4 (Fonte Pattichieri, 2010), evidenziando tuttavia un miglioramento rispetto alla precedente rilevazione del 2008.

L'indicatore del livello medio di cultura finanziaria degli italiani nel 2010, per brevità l'ICF PattiChiari<sub>2010</sub>, assume il valore di 4,3 su una scala crescente da 0 a 10, dove 0 significa totale assenza di qualsiasi concetto o idea correlata al mondo finanziario, mentre 10 indica una conoscenza ottimale di nozioni, termini e concetti finanziari di base.

**Figura I. Il livello medio di cultura finanziaria degli italiani: confronto tra l'ICF PattiChiari<sub>2008</sub> e l'ICF PattiChiari<sub>2010</sub> (0 = min, 10 = max)**



Fonte: Rilevazione The European House-Ambrosetti, maggio 2010

La situazione rilevata mostra un **miglioramento**: l'indice è infatti aumentato del **23%** rispetto al dato riscontrato nel 2008.

Fonte patti chiari 2010 L'intera ricerca e' disponibile al seguente link [www.pattichiari.it](http://www.pattichiari.it)

**La recente bozza di comunicazione puo' rappresentare un'opportunità unica per una maggiore sensibilizzazione in tema di educazione e informazione finanziaria.**

Devo preliminarmente esprimere il mio sincero apprezzamento per i contenuti della comunicazione, che sono certamente completi nei diversi aspetti che essi suggeriscono in tema di pubblicità per i prodotti non equity.

Tuttavia qualsiasi pubblicità si trova a confrontarsi con un consumatore che, richiamando lo studio PattiChiari (ma anche molti altri realizzati da banche) non comprende

esattamente, in circa 6 casi su 10, la differenza che intercorre tra un'azione e un'obbligazione!

Per questo motivo suggerirei che, in fondo a qualsiasi messaggio pubblicitario in tema di prodotti finanziari non equity, sia riportata una didascalia, molto breve, del seguente tenore: "qualora non comprendiate uno o più dei termini riportati nel presente messaggio pubblicitario, potete consultare il sito [www.consob.it](http://www.consob.it) area educazione finanziaria oppure il sito [www.bancaditalia.it](http://www.bancaditalia.it) area educazione finanziaria.

Suggerirei un link diretto dalla home page del sito a quest'area, per renderla immediatamente ricercabile.

Mi permetto di indicare questo approccio alla Spettabile Commissione Consob, (naturalmente da realizzarsi in concreto secondo le modalità ritenute più appropriate dalla Consob) perché credo che sia opportuno non solo contenere i messaggi pubblicitari nell'alveo di una comunicazione corretta, ma sia quanto mai opportuno *aiutare il lettore ad una migliore comprensione dei termini economici finanziari*. Poiché si tratta di informazioni già disponibili sui siti di Consob e di Banca d'Italia, il mio suggerimento è quello di dare ad essi la massima diffusione, proprio utilizzando, a costo zero, i messaggi pubblicitari oggetto della presente consultazione.

Sono a disposizione di questa spettabile Commissione per fornire qualsiasi chiarimento in merito alle osservazioni contenute nella presente lettera.

Con osservanza

  
(Avv. Carlo Aime)